

CESOC

CENTRUM VOOR SOCIAAL EN COÖPERATIEF ONDERNEMEN
KHLEUVEN



Opleidingen bij Cevora:

Een onderzoek naar de rekrutering van jongeren

Katleen Van den Broeck

Hilde Bloemen

Opleidingen bij Cevora: Een onderzoek naar de rekrutering van jongeren.

Katleen Van den Broeck

Hilde Bloemen

Met zijn jongerenprojecten wil Cevora inspelen op de huidige arbeidsmarktsituatie gekenmerkt door hoge jongerenwerkloosheid. Daarom werden een aantal van de opleidingen die Cevora aanbiedt, aangepast om specifiek jongeren aan te trekken en op te leiden tot een bediendenjob. Innovatief in deze jongerenprojecten is de samenwerking met een externe partner die de opleiding aantrekkelijker moet maken voor jongeren, bijvoorbeeld door de introductie van dans in de opleiding. Na een aantal van deze jongerenprojecten blijkt dat de rekrutering van de jongeren zeer moeizaam verloopt en dat opleidingen ofwel niet kunnen starten omwille van een te laag aantal deelnemers ofwel moeten aangevuld worden met deelnemers die niet tot de oorspronkelijke doelgroep behoren.

Het doel van dit onderzoeksproject bestaat uit het evalueren van de rekrutering van jongeren naar Cevora's jongerenprojecten en het opstellen van beleidsaanbevelingen hierrond. De gebruikte onderzoeksmethode is gemengd kwalitatief-kwantitatief van aard. Een literatuuroverzicht en mondelinge interviews leverden een aantal hypothesen op rond mogelijke drempels bij de rekrutering naar opleidingen toe. Deze worden aangevuld met informatie uit een online bevraging van jongeren. Er worden aanbevelingen beschreven omtrent het verzachten van drempels die op drie niveaus kunnen liggen, namelijk bij de werking van Cevora zelf, bij de jonge werkzoekenden en in de mechanismen die spelen op de arbeidsmarkt.

Inhoud

Deel 1: Inleiding.....	1
Deel 2: Aanpak van het onderzoek	4
Deel 3: Drempels tot deelname aan opleiding	6
3.1. Drempels op het niveau van de jongere	6
3.2. Drempels op het niveau van de opleiders	7
3.3. Informationele factoren	9
3.4. Maatschappelijke context en actoren.....	9
3.5. Arbeidsmarktfactoren	10
Deel 4: Jongerenprojecten bij Cevora	12
4.1. Doelgroep	12
4.2. Inhoud opleiding	12
4.3. Vorm en organisatie opleiding	14
4.4. Titel opleiding.....	16
4.5. Rekrutering.....	17
4.6. Arbeidsmarktdrempels.....	23
Deel 5: Drempels bekrachtigd of ontkracht door jongeren?	26
5.1. Drempels bij de jongeren zelf	27
5.2. Kenmerken van de opleiders.....	33
5.3. Arbeidsmarkt.....	46
Deel 6: Beleidsaanbevelingen	49
Bibliografie	57
Bijlagen	60

Deel 1: Inleiding

Het probleem van de piekende jongerenwerkloosheid en door welk soort acties deze effectief kan aangepakt worden staat hoog op de agenda van de beleidsmakers zowel nationaal als supranationaal (ILO, 2012; Scarpetta, Sonnet en Manfredi, 2010; EC, 2009). Tijdens de globale financiële en economische crisis van 2008-09 steeg de jongerenwerkloosheid proportioneel sterker dan de algemene werkloosheid (Scarpetta en Sonnet, 2012) in de meeste OESO-landen, ook in België¹. Op Europees vlak heeft zich een stijging voorgedaan van ongeveer 50 percent sinds het begin van de crisis: de werkloosheid onder 15 tot 24-jarigen steeg van een 15 percent in februari 2008 tot de 22.5 percent van juli 2012 (EC, 2012). Tijdens de crisis van 2008-09 steeg de jongerenwerkloosheid in België van 18 percent in 2008 tot 21.9 percent in 2009 (een stijging van 22%) wat een proportioneel sterkere stijging betekent dan de algemene werkloosheid die steeg van 7 tot 8 percent (een stijging van 14%)². In Vlaanderen ligt de jongerenwerkloosheid (15 tot 24 jaar) onder het Europees gemiddelde (12.2% in het eerste kwartaal 2012) maar in de andere gewesten ligt ze hoger dan het Europees gemiddelde.³ Ook in Vlaanderen echter ligt de jongerenwerkloosheid veel hoger dan de algemene werkloosheid (=4.2% eerste kwartaal 2012). Bij de jonge werklozen zijn de laaggeschoolden relatief oververtegenwoordigd: iets meer dan de helft van de jonge werklozen is laaggeschoold (VDAB Studiedienst, 2011b).

De transitie van onderwijs naar arbeidsmarkt verloopt ook in economisch gunstigere perioden niet altijd even vlekkeloos, zeker als je laaggekwalificeerd bent. Scholingsniveau is een bepalende factor voor de kans op het vinden van werk (ILO, 2012; OECD, 2007). Zo hadden in 2009 jongeren die geen diploma hoger secundair onderwijs behaalden 1.8 meer kans om werkloos te zijn dan jongeren met een diploma tertiair onderwijs (Scarpetta & Sonnet, 2012). Het behalen van een diploma hoger secundair onderwijs wordt vaak als cruciaal gezien in het vlot kunnen zetten van de stap van onderwijs naar de arbeidsmarkt. Tijdens de crisis waren het dan ook de laaggekwalificeerde jongeren⁴ die het hardst getroffen werden (Scarpetta en Sonnet, 2012).

Ook in België wordt het gebrek aan relevante kwalificaties als een drempel tot tewerkstelling ervaren en het verschil tussen laaggeschoolde en midden- of hogeschoolde jongeren is groot zowel bij het vinden als bij het houden van werk (OECD, 2007; Hoge Raad voor de Werkgelegenheid, 2009; VDAB 2011a, 2011b, 2012). Hoewel het percentage

¹ Zie bv. www.steunpuntwse.be/viw/nl/76763 voor statistieken rond werkloosheidsgraden per leeftijdsgroep. Jongeren zijn de 15 tot 24 jarigen.

² Berekeningen op basis van de statistische gegevens van het Steunpunt Werk en Sociale Economie.

³ 35.8% in het Waals Gewest en 34.7% in het Brussels Gewest in het eerste kwartaal 2012

(<http://www.werk.be/cijfers/trends-en-conjunctuur/werkloosheidsgraad>)

⁴ Laaggekwalificeerd=zonder diploma hoger secundair onderwijs

ongekwalificeerde jongeren afneemt, stroomt toch nog 12 percent uit het onderwijs zonder diploma van hoger secundair onderwijs.⁵

Daarbovenop argumenteert de ILO (2012) dat onderwijs niet altijd een garantie is op een job maar dat jongeren ook geconfronteerd worden met het feit dat de vaardigheden die ze hebben geleerd niet altijd aansluiten bij de realiteit van de arbeidsmarkt zowel wat betreft de inhoud van de job als de voorwaarden en vorm van aanwerving en werken. Vele jongeren vinden het moeilijk om een job te vinden, niet enkel door het gebrek aan scholing maar door een mismatch tussen scholing en de (veranderende) arbeidsmarktvereisten.

Ook in België, net als in andere Europese landen, is het aanpakken van de jongerenwerkloosheid een belangrijk beleidspunt.⁶ Onderwijs en opleidingsprogramma's, al of niet op de werkvloer, die ervoor kunnen zorgen dat jongeren die (ontbrekende) vaardigheden kunnen leren die nodig zijn om vlot de overgang van school of werkloosheid naar werk te maken worden gezien als cruciaal in het bestrijden van de jongerenwerkloosheid (Scarpetta en Sonnet, 2012; ILO, 2012; VDAB, 2010). In Vlaanderen vormen de ongekwalificeerde jongeren een aparte doelgroep (Vlaams loopbaanakkoord 2012, SERV). Het Vlaams loopbaanakkoord stelt dan ook dat moet worden ingezet op het verbeteren van de kansen van de laaggekwalificeerde jongeren via het verwerven van werkervaring en kwalificering, via een aangepast job- of opleidingsaanbod.

Cevora, het vormingscentrum van het Aanvullend Nationaal Paritair Comité voor Bedienden (ANPCB), dat als opdracht heeft om opleiding en tewerkstelling te bevorderen, heeft sinds zijn oprichting in 1990 altijd veel aandacht gehad voor risicogroepen. Bij deze risicogroepen horen onder andere ook de laaggeschoolden en de jongeren. Daarom heeft Cevora de jongerenprojecten ontwikkeld, een opleidingsformule gebaseerd op de bestaande werkzoekendenopleidingen.

Zelfs al werd er met deze projecten gemikt op 18 tot 25 jarigen zowel wat de communicatie rond de opleiding als wat de opleidingsmethodiek betrof, verliep de rekrutering van de doelgroep naar deze projecten toe teleurstellend. Het onderzoek dat wordt voorgesteld in dit rapport draait dan ook voornamelijk rond de reden waarom de rekrutering van jongeren naar de jongerenprojecten van Cevora niet succesvol verloopt. We focussen hierbij op drempels die kunnen liggen op drie niveaus, namelijk bij de jongeren zelf, bij de opleider of bij mechanismen in de arbeidsmarkt. Omdat Cevora specifiek opleidingen aanbiedt die leiden tot een bediendenberoep zullen we ook de aantrekkelijkheid van zulk een beroep bij jongeren onderzoeken.

We hanteren verschillende methoden om mogelijke drempels te identificeren die jongeren verhinderen deel te nemen aan (Cevora) opleidingen (zie aanpak-deel 2). Eerst zullen we via een literatuuroverzicht algemeen de drempels identificeren (deel 3). Daarna horen we de

⁵ Zie cijfers/thematische boordtabellen/jongeren/Europese benchmarks op www.steunpuntwse.be

⁶ Op www.aandeslag.be werden 25 beleidsmaatregelen gevonden voor het bevorderen van de tewerkstelling van -26 jarigen (dd. 9 juli 2012).

stem van de Cevora medewerkers (projectleiders, derde pijler medewerkers, partners,...) en experts waar we specifiek naar drempels tot de Cevora-opleidingen peilen (deel 4), waarna we een aantal hypothesen naar voor brengen rond mogelijke drempels die we willen toetsen op de doelgroepjongeren zelf: via een survey proberen we te achterhalen of deze drempels bevestigd of ontkracht worden (deel 5). Als laatste (deel 6) besluiten we met een aantal aanbevelingen naar mogelijke aanpassingen van de jongerenprojecten toe.

Deel 2: Aanpak van het onderzoek

De hoofdonderzoeksvraag waarop we trachten een antwoord te vinden is de volgende: wat weerhoudt de jonge werkzoekenden ervan om een opleiding te volgen? Deze drempels kunnen zich situeren op drie niveaus namelijk bij de jongere zelf, bij de opleider en bij mechanismen die spelen op de arbeidsmarkt. Specifiek wordt ook de aantrekkelijkheid van een bediendenberoep (en bijgevolg bediendenopleiding) en de aantrekkelijkheid van de opleider, in casu Cevora, nagegaan.

De methode die we gebruiken voor het onderzoek is gemengd kwalitatief-kwantitatief. Het identificeren van de drempels tot opleiding algemeen doen we aan de hand van een literatuurstudie. Om meer inzicht te krijgen in de werking en specifieke drempels naar de bediendenopleidingen bij Cevora, voeren we een aantal (13) diepte-interviews uit met directe betrokkenen en experts.⁷

De directe medewerkers verbonden aan een jongerenopleiding zijn de projectleider, de opleidingspartner (meestal VDAB), de trajectbegeleider en de docenten⁸. Er werden drie jongerenopleidingen geselecteerd met het oog op variatie rond de volgende criteria: aantal keer dat de opleiding gelopen heeft, de sector waarin de opleiding zich situeert, de partner waarmee wordt samengewerkt, en het soort job waartoe de opleiding leidt. De (semi-gestructureerde) interviews met de Cevora medewerkers (10) vonden plaats tussen maart 2012 en juni 2012. De projectleiders van de niet-geselecteerde opleidingen werden per e-mail gecontacteerd met een beperkt aantal vragen rond de rekrutering van jongeren naar hun opleiding.

Verder werden diepte-interviews uitgevoerd met experts (3) inzake opleidingen (voor moeilijk bereikbare jongeren) en het functioneren van de arbeidsmarkt. Deze experts werden gekozen op basis van hun expertise op verschillende niveaus: macro (beleid), meso (bemiddeling) en micro (trajectbegeleiding).

Aan de hand van de literatuurstudie en de interviews krijgen we zicht op de mogelijke drempels tot opleiding voor jongeren. Via een enquête zullen we (een aantal van) deze drempels verifiëren bij jongeren. Twee groepen jongeren werden bevraagd, namelijk de groep die heeft deelgenomen aan een jongerenopleiding bij Cevora en de groep die ooit een mail toegestuurd kreeg door de VDAB om de opleiding bekend te maken, maar die hier niet heeft aan deelgenomen.

De enquête bij de deelnemers werd opgestart als een schriftelijke enquête (klassikaal ingevuld tijdens de opleiding) maar met het oog op een hoger bereik van jongeren werd deze achteraf online gelanceerd. Deze online enquête liep van 3 juli tot 20 augustus en werd uitgestuurd naar 109 (ex-)deelnemers van de Cevora jongerenopleidingen. Samen met de

⁷ Voor een lijst met de geïnterviewde personen: zie bijlage 1.

⁸ Voor de diepte-interviews werden enkel de docenten van het nieuwe “jonge” vak gecontacteerd, zie uitleg jongerenprojecten in deel 4.

eerder schriftelijk ingevulde enquêtes (13) bedroeg de respons 31 personen waarvan 23 jongeren (tussen 18 en 25 jaar). Omwille van dit lage aantal Cevora respondenten, werd de enquête een tweede maal opengesteld tussen 6 november en 14 november, waarbij alle ex-deelnemers die niet geantwoord hadden tijdens de eerste ronde nogmaals aangeschreven werden. Dit leverde echter geen noemenswaardige extra input op.⁹ Omwille van het geringe aantal respondenten hebben we ervoor geopteerd om de resultaten van de groep “Cevora deelnemers” niet weer te geven. Op basis van dit lage aantal zouden geen statistisch significante uitspraken kunnen gedaan worden of vergelijkingen tussen de groepen getest worden.

Degenen die niet hebben deelgenomen aan een Cevora opleiding werden uitgenodigd tot het invullen van de online survey via de VDAB (enquête gelanceerd op 14 augustus, afgesloten op 31 augustus), uitgestuurd naar 8119 jongeren die ooit werden aangeschreven in verband met de jongerenopleidingen bij Cevora. Deze groep werd aangevuld met acht schriftelijke enquêtes klassikaal ingevuld door jongeren die niet via de VDAB werden gecontacteerd over de opleidingen.¹⁰ In totaal werden 542 enquêtes volledig ingevuld.

De vragen in de enquête werden geordend volgens vijf thema's: de socio-demografische kenmerken van de respondent, zijn zoektocht naar werk en opleiding, de visie op werk en de arbeidsmarkt, visie op opleiding, en visie op opleiding bij Cevora. Dit laatste deel was concreet evaluerend in het geval van de deelnemers aan de opleiding¹¹ terwijl ze in het andere geval (niet-deelnemers) eerder hypothetisch is en werkt aan de hand van de aankondiging voor één van de opleidingen. Op basis van de antwoorden kunnen we analyseren welke drempels tot opleiding, algemeen en specifiek voor Cevora, kunnen ontkracht of bevestigd worden.

⁹ Eén persoon vulde de enquête volledig in tijdens de tweede ronde. Omdat door één extra respondent- wat het totaal op 24 zou brengen- de betrouwbaarheid niet significant verbeterd zou worden, hebben we gekozen om de resultaten van de deelnemers niet weer te geven.

¹⁰ Deze werden ingevuld door acht deelnemers van een JES projectweek in Antwerpen.

¹¹ De resultaten hiervan worden niet getoond omwille van het lage aantal respondenten.

Deel 3: Drempels tot deelname aan opleiding

In wat volgt geven we een overzicht van de drempels tot opleiding die werden geïdentificeerd in de bestaande literatuur, en dit op de drie niveaus gespecificeerd in de onderzoeksvraag: op het niveau van de jongere zelf, op het niveau van de opleider en op het niveau van de arbeidsmarkt. In Jacobs, De Cuyper en De Rick (2011) worden drempels (en facilitatoren) tot opleiding ingedeeld in vier groepen¹²: persoonlijke kenmerken, kenmerken van de opleiders, maatschappelijke context en actoren en informationele factoren. We nemen deze indeling hier ook als basis en voegen er een vijfde element aan toe, namelijk het functioneren van de arbeidsmarkt.

3.1. Drempels op het niveau van de jongere

Persoonskenmerken (van de potentiële cursist) kunnen de kans dat iemand tot een opleiding toetreedt zowel positief (facilitator) als negatief (drempel) beïnvloeden. Hieronder horen typisch volgende kenmerken thuis: de sociodemografische kenmerken (geslacht, leeftijd, etnische afkomst, socio-economische status, ...), psychologische kenmerken (zelfvertrouwen, zelfbeeld, interesses, aspiraties, ...), kenmerken van de leefsituatie (mobiliteit, financiële situatie, tijd, gezinssituatie, ...) en kenmerken met betrekking tot leren en educatie (scholingsgraad, educatief verleden, ervaringen met leren, verwachtingen van het leren, ...) .

Niet alleen kan scholing als een drempel tot opleiding werken maar de kloof tussen laag- en hooggeschoolden lijkt ook te vergroten. Onderzoek naar de deelname aan levenslang leren wijst namelijk uit dat hooggeschoolden eerder bijkomende formele opleidingen zullen volgen in het kader van hun job dan hun laaggeschoolde collega's (Saliën en De Rick, 2008). Toch is de vraag naar opleiding ook aanwezig bij de laaggeschoolde jongeren (Van Hemel e.a., 2009). Valsamis en Van den Broeck (2010) vinden dat laaggeschoolden zelfs meer dan hooggeschoolden hun studietijd willen verlengen of bijkomend opleiding volgen tengevolge van de door de crisis veroorzaakte werkloosheidssituatie.

Andere drempels die ook op het niveau van de potentiële cursist liggen zijn bvb. zorgverantwoordelijkheden voor kinderen of anderen, of persoonlijke problemen zoals dakloosheid of drugs- of alcoholafhankelijkheid (Cedefop, 2011).

Ook de (leer)motivatie (of demotivatie) is bepalend voor het zoeken naar werk of opleiding (Jans en Wildemeersch, 2000; Adventure@Work, 2004; ILO, 2012). Daar dit vaak samenhangt met eerder opgelopen mislukkingen in de schoolloopbaan, wordt een lage leermotivatie vooral genoteerd bij laaggeschoolden (Baert e.a., 2002). Niet enkel het persoonlijke schoolverleden maar ook de maatschappelijke achtergrond (Geens en Vilrocx, 2003) en de slechte economische vooruitzichten en lange-termijn structurele moeilijkheden

¹² Eigenlijk worden er vijf groepen besproken maar de vijfde groep van factoren (rol van werkgevers, de overheid en sectoren) is vooral relevant voor werknemers en zullen we hier niet mee opnemen.

kunnen een demotiverend effect hebben op sommige jongeren waardoor ze afzien van het verder opleiding volgen of werk zoeken (Council of the European Union, 2012).

Vooraf een multi-problematiek of andere complexe sociale situatie kan voor jongeren remmend werken op hun schoolcarrière en arbeidsmarktloopbaan (Bokdam e.a., 2010).

Ook het korte-termijn denken van jongeren kan een drempel tot opleiding vormen (Geens en Vilrocx, 2003; Adventure@Work, 2004), waarbij bijvoorbeeld een driemaandenperspectief voor sommige jongeren al veel te lang is of waardoor ze, eerder dan via opleiding te investeren in betere job mogelijkheden op lange termijn, de (informele) mogelijkheden die de arbeidsmarkt biedt zullen aangrijpen.

3.2. Drempels op het niveau van de opleiders

Ook de kenmerken van het aanbod (kenmerken van de opleiding/opleider) kunnen als drempel of facilitator werken zoals in de eerste plaats de inhoud, de vorm en de organisatie van de opleiding. Daarenboven kan ook de culturele context een rol kan spelen (bv. taalgebruik, gedragscodes, heterogeniteit of homogeniteit van de deelnemersgroepen,...).

Inhoud

Wat betreft inhoud kunnen volgende zaken een rol spelen bij het aantrekken van cursisten: thema's die aan bod komen, doelstellingen van de opleiding (hiermee samen hangend: titel van de opleiding), smal (tot een specifiek beroep) of breed opleiden (vaardigheden waarmee men terecht kan over verschillende beroepen heen), etc.

Typisch voor de jongerenopleidingen bij Cevora is de introductie van een motiverende trigger: de derde pijler. Hoewel deze als facilitator zou moeten werken kan hij ook een drempelverhogend effect hebben, bijvoorbeeld als de link tussen de trigger en de job niet bestaande, niet sterk of niet duidelijk genoeg is. De ervaring van Adventure@Work (2004) leert dat de sterkte van de link kan verschillen naargelang de (vind)activiteit maar de link moet bestaande zijn.

Trainingsprogramma's moeten aangepast zijn aan de lokale of nationale behoeften van de markt (Scarpetta en Sonnet, 2012). Idealiter wordt de inhoud dus ingevuld via een samenwerking tussen de opleider en de vragers van arbeidskrachten (de werkgevers), zoals ook door SALTO-Youth¹³ aangegeven:

“[...] But equally, we need to sit together with employers and representatives from the labour market to see what their needs and requirements are. If we want to show the impact of youth projects on young people's employability, we need to know what

¹³ SALTO-Youth is een netwerk van 8 Resource Centres werkzaam op Europese prioritaire jeugd-domeinen, gelinkt aan het Youth in Action programma van de Europese Commissie. Citaat afkomstig van het “Bridges to Work” project binnen het Inclusion Resource Centre (www.salto-youth.net/rc/inclusion).

competences employers are actually looking for.” (Salto-Youth, Bridges to work, 2011, p. 48)

Vorm

Onder de vorm zijn bijvoorbeeld de uren, de looptijd, het vol- of deeltijdse karakter, de opleidingslocatie (ligging en fysiek uitzicht, bereikbaarheid), de manier waarop les gegeven wordt, ... belangrijke elementen.

De jongeren in de doelgroep (laaggeschoold, moeilijk bereikbaar) zijn vaak schoolmoe, dus het is belangrijk dat negatieve school-connotaties vermeden worden (bv. het klassikaal organiseren van een opleiding kan negatieve connotaties aan school oproepen). De opleidingsplek moet dus best niet “classroom-based” maar kan bijvoorbeeld “community-based” georganiseerd zijn (Cedefop, 2011).

Opleidingen moeten liefst flexibel aangeboden worden zowel wat betreft de praktische kant (bv. tijdstip, locatie) als de vorm waarin ze aangeboden worden. Een cursus kan bijvoorbeeld opgedeeld worden in modules waarbij cursisten een aantal modules kunnen volgen eerder dan de hele opleiding (EUROFOUND, 2012). We vinden vaak terug dat de flexibiliteit van de opleiding en de individuele aanpassingsmogelijkheden als facilitatoren kunnen werken (cfr “flexible learning approaches”, “tailored learning opportunities”; Cedefop, 2011).

Organisatie

Ook de manier waarop de opleiding georganiseerd wordt kan belangrijk zijn. Hieronder horen niet alleen de kostprijs en eventuele financiële tegemoetkomingen, maar ook de samenwerking tussen de organiserende partners, de toelatingsvoorwaarden (testen, selectie- en motivatiegesprekken), de kanalen van bekendmaking, de opvolging, samenwerking met bedrijven, afschaffen/uitstellen van opleidingen.

Uit de resultaten van het Adventure@Work project, waar veel aandacht werd besteed aan het vinden van de doelgroep, blijkt dat het samenwerken tussen de partners een kritische succesfactor is om een vind-activiteit te laten slagen.¹⁴ Een werkprincipe dat in het draaiboek wordt meegegeven is dat de betrokkenen goede contacten moeten hebben, dus eerst de tijd nemen om mekaar en mekaars organisatie (beter, juister) te leren kennen en dan pas kan geëxperimenteerd worden met een nieuwe aanpak (Adventure@work, FIND, 2004).

Samenwerking met bedrijven kan ook sterk motiverend werken, zowel wat betreft de methode van opleiden (met praktijklessen eventueel in een bedrijf) als de link naar arbeid achteraf. Uit een onderzoek van Geens en Vilrocx (2003) naar de

¹⁴ Bij de Cevora opleiding met dans, waar Cevora en Let's Go Urban opleidingspartners waren, waren een aantal expliciete vind-activiteiten aanwezig zoals de optredens van Let's Go Urban op bepaalde openbare plaatsen in Antwerpen (bv. op de Meir en aan het Centraal Station). Uit de vind-experimenten die besproken worden in het Adventure@Work initiatief komen evenwel ook relatief lage aantallen bereikte jongeren naar voor: 7 effectieve deelnemers in Hasselt, 12 in Mechelen, 4 in Willebroek; FIND, p16-17).

tewerkstellingsmogelijkheden van Brusselse laaggeschoolde jongeren blijkt dat “duurzame contacten tussen de begeleidings- en opleidingsinitiatieven en de werkgevers moeilijk te verwezenlijken zijn maar dat banden met bedrijfsleven de beste waarborgen voor directe tewerkstelling bieden. Duurzame en uitgewerkte contacten met de bedrijfswereld zorgen voor de uitbouw van aangepaste (langere of kortere, al dan niet modulair opgevatte) opleidingen. Ze zouden eveneens toelaten de systemen van deeltijds werken en leren makkelijker te implementeren” (Geens en Vilrocx, 2003, p139).

3.3. Informatieel factoren

Informationele factoren liggen op de grens tussen de persoonskenmerken en de kenmerken van de opleider. Het aanbod moet eerst gekend zijn voor er kan deelgenomen worden. Het is dus een cruciale factor hoe het opleidingsaanbod door de opleider wordt bekendgemaakt. Onder informatieel drempels verstaan we echter niet alleen de beschikbaarheid van (en/of gebrek aan) informatie maar ook hoe gemakkelijk deze kan gevonden en geïnterpreteerd worden door de jongeren. Het zoeken en verwerken van informatie kan een drempel vormen (tot het vinden van een job of opleiding) (Adventure@Work, 2004).

Verder moet ook de link kunnen gemaakt worden van de opleiding naar de arbeidsmarkt toe (zien de jongeren de opleiding als kansenverhogend op de arbeidsmarkt?) dus ook hier kan een belemmering optreden door het niet goed kennen van (de verwachtingen van) de arbeidsmarkt of de vacatures, of het niet kunnen leggen van linken tussen de opleiding en de bruikbaarheid ervan op de arbeidsmarkt. Het ontwikkelen van arbeidsmarktvaardigheden zou gelinkt moeten worden aan informatie rond lokale arbeidsmarktnoden en tewerkstellingsvooruitzichten per beroep en deze informatie zou eigenlijk al vanaf vroeg in de schoolloopbaan meegegeven moeten worden (Scarpetta en Sonnet, 2012).

3.4. Maatschappelijke context en actoren

De maatschappelijke context en actoren (aanbodverstrekken, de overheid, de toeleiders, de werkgevers, ...) en de maatschappelijke normen, waarden en feiten van de eigen sociale omgeving en personen in de naaste omgeving kunnen ook een faciliterende rol spelen als wel een drempel tot opleiding vormen.

Uit een onderzoek van Unizo (2012)¹⁵ blijkt dat de visie van de (Limburgse) werkgevers op de “jeugd van tegenwoordig” eerder negatief is: op de vraag welke uitspraak de jeugd van tegenwoordig het best typeert heeft 4 op 10 ondernemers geantwoord dat jongeren onrealistische eisen hebben qua loon, arbeidsuren en flexibiliteit en nog eens 2 op 10 vinden jongeren te weinig gemotiveerd. Twee op tien ondernemers zijn wel positief gestemd en

¹⁵ De resultaten in het rapport zijn gebaseerd op een bevraging door UNIZO-Limburg uitgevoerd tussen 9 en 17 februari 2012.

vinden dat jongeren zelfzekerder en sterker in hun schoenen staan, een breed takenpakket aankunnen of net meer gemotiveerd zijn om hard te werken.

Niet alleen de werkgevers, maar de maatschappij in zijn geheel, kan er bepaalde zienswijzen op jongeren op nahouden zoals bijvoorbeeld “jongeren zijn lui”. Hoewel negatieve zienswijzen vaak ontkracht worden in de realiteit¹⁶, kan deze (negatieve) beeldvorming bij de jongeren als een demotiverende drempel werken naar opleiding of arbeidsmarkt toe. Ook de confrontatie met discriminatie op de arbeidsmarkt (Bokdam e.a., 2010; Smets e.a., 2009) kan ontmoedigend werken naar zowel arbeidsmarkt- als opleidingsparticipatie toe.

Niet alleen werkgevers of de maatschappij kan een invloed uitoefenen op het opleidingsgedrag van jongeren maar vooral personen in de naaste omgeving kunnen een positieve of negatieve invloed uitoefenen. Peer group effecten kunnen een belemmerende rol spelen: als vele van hun vrienden in een situatie van werkloosheid zitten, valt het de jongere minder zwaar om ook in deze situatie te blijven omdat werkloosheid normaal lijkt en er genoeg alternatieven zijn om zich overdag (met hun vrienden) bezig te houden (Hedström, Kolm en Åberg, 2003). Deze “leukere” alternatieven staan ook het volgen van opleiding in de weg.

3.5. Arbeidsmarktfactoren

Ook de arbeidsmarkt kan een belemmerende of faciliterende rol spelen voor het volgen van opleiding, bijvoorbeeld door de werkloosheidsval. Deze “val” kan langs twee kanten snijden: enerzijds kan ze demotiverend werken als jongeren niet verwachten dat de opleiding tot een job kan leiden die voldoende (financiële) meerwaarde biedt dan een werkloosheidssituatie maar kan anderzijds wel motiverend werken als jongeren verwachten hierdoor een job te kunnen uitoefenen die (financieel) meer biedt dan een werkloosheidssituatie of arbeidssituatie zonder dat ze de opleiding zouden hebben gevolgd.

De kwaliteit van de jobs die aan jongeren worden aangeboden is vaak laag (Jans en Wildemeersch, 2000; ILO, 2012) of van kortere duur, wat ook demotiverend kan werken naar investering in opleiding toe. Jongeren willen productieve en lonende jobs die goede carrièremogelijkheden bieden. Vele jobs voor jongeren zijn echter slechts tijdelijk (Scarpetta en Sonnet, 2012; Van Hemel en Darquenne, 2009). In 2010 was meer dan één op drie (38%) van de jonge werkenden (15 tot 24 jaar) werkzaam in een tijdelijke job (Scarpetta en Sonnet, 2012). Dit hoeft echter niet negatief te zijn als korte-termijn jobs kunnen leiden tot permanente contracten. Volgens Cockx en Picchio (2009) is het in België wel zo dat korte-termijn contracten (contracten van minder dan drie maand) leiden tot lange-termijn contracten (contracten van meer dan een jaar). Hierbij moet wel opgemerkt worden dat dit vooral zo is voor jongeren met een derdegraads diploma. Werknemers met tijdelijke

¹⁶ In hun boek “De jeugd is tegenwoordig” tonen De Bruyckere en Smits (2011) aan hoe bijvoorbeeld de zienswijze dat de jeugd lui is ontkracht kan worden doordat uit tal van onderzoeken (Belgische en Europese) blijkt dat de jongeren een goede werkethiek hebben en bereid zijn hard te willen werken.

contracten worden ook sneller ontslagen of hun contract wordt niet hernieuwd in tijden van crisis.

Dit wordt ook weergegeven in het Adventure@Work project (2004) waar de arbeidsmarkt ook als actor gezien wordt die de geringe bemiddelbaarheid van bepaalde jongeren in de hand werkt.

“De arbeidsmarkt besteedt weinig of geen aandacht aan de toegangsdrempels voor deze jongeren. Werkgevers negeren risicojongeren doorgaans,... Bovendien hecht de arbeidsmarkt weinig waarde aan de arbeidskwaliteit van deze jongeren. De arbeid die er is voor hen is vaak van korte duur, eentonig, zonder groei-of leeransen, gevaarlijk, vuil,...” –(Adventure@Work, 2004, situering, p2-3)

Als er enkel “bad jobs” beschikbaar zijn, dan resulteert dit in een lage motivatie om meer kennis en vaardigheden te ontwikkelen (Snower, 1994).

De factoren die een drempel vormen tot deelname aan opleiding vallen voor een deel samen met de factoren die een drempel vormen tot inschakeling in de arbeidsmarkt. Het korte termijnperspectief van jongeren, het schoolmoe zijn, demotivatie, de afwezigheid van rolmodellen, hun moeilijke bereikbaarheid (afwezigheid van de gepaste communicatie), de nood aan gepersonaliseerde begeleiding, gebrekkige communicatieve vaardigheden en zelfredzaamheidscompetenties, beperkte mobiliteit en kinderopvangproblemen, niet-duurzaamheid van de tewerkstelling, laag zelfbeeld en zelfvertrouwen werden door Van Hemel en Darquenne (2009) ook als drempels voor de inschakeling van (laaggeschoolde) jongeren op de (Belgische) arbeidsmarkt geïdentificeerd.

Verder wordt ook de moeilijke aansluiting tussen onderwijs en de arbeidsmarkt als een grote drempel geïdentificeerd (Bokdam e.a., 2010; OECD, 2007). De intrededuur is weerom gelinkt aan o.a. scholing (VDAB, 2011c): deze is beduidend langer voor laaggeschoolden maar jongeren uit de leertijd kunnen dan weer sneller intreden dan jongeren uit andere types beroepsonderwijs. De cruciale factor lijkt hier ervaring (VDAB, 2011c).

Op arbeidsmarktniveau werden door de OECD (2007) ook nog de volgende drempels aangehaald: de relatief hoge lonen voor jongeren kunnen als een drempel werken tot het tewerkstellen van ongekwalificeerde jongeren; de strikte tewerkstellingsregels beschermen “insiders” en de beperking op tijdelijke contracten, die typisch naar jongeren gaan, biedt hierdoor minder kansen.

Na dit overzicht van mogelijke drempels die in de literatuur algemeen besproken worden, geven we in het volgende deel een overzicht van hoe de jongerenopleidingen bij Cevora georganiseerd zijn en de mogelijke drempels tot rekrutering van jongeren gezien door de ogen van de Cevora medewerkers (projectleiders en andere partners). Wat betreft arbeidsmarktfactoren, vullen we in het volgende deel het literatuuroverzicht aan met de informatie uit de diepte-interviews betreffende de Belgische arbeidsmarkt en het volgen van een opleiding (tot bediende) door (laaggeschoolde) jongeren.

Deel 4: Jongerenprojecten bij Cevora

Cevora is al meer dan 20 jaar actief op de markt van opleidingen voor bedienden en heeft, gedreven door de jongerenwerkloosheidsproblematiek en de beleidsfocus op de laaggeschoolde jongeren, zich er op toegelegd een aantal van haar opleidingen aan te passen aan de interesses en noden van jongeren. De doelstelling van de jongerenprojecten was dan ook om jonge werkzoekenden tussen de 18 en de 25 jaar op te leiden tot een bediendenberoep (Cevora, 2011). Hiervoor werden ook nieuwe partnerships aangegaan met organisaties die gespecialiseerd zijn in het werken met jongeren zoals bv. JES (Jeugd en Stad) en Let's Go Urban.

4.1. Doelgroep

Op basis van interne werkgroepen en geraadpleegde studies en experten (inzake jeugdwerkloosheid) definieerde Cevora een aantal kenmerken van de beoogde doelgroep (18 tot 25 jarigen) zoals: gebrek aan zelfvertrouwen, schoolmoe maar niet leermoe, geen of weinig beroepservaring, nood aan praktijkkennis, geen rolmodel (zie Cevora, 2010, voor de hele lijst kenmerken).

Doch per project werd de doelgroep door de verschillende partners lichtjes anders omschreven en beperkte zich meestal tot “laaggeschoolde jongeren”, soms aangevuld met het schoolmoe, kansarm of moeilijk bereikbaar zijn. Doch echter werd zelfs de laaggeschooldheid niet door alle medewerkers benoemd als een kenmerk van de doelgroep. Sommige medewerkers zeiden dat er op voorhand geen expliciete doelgroep beoogd werd (behalve de leeftijd) of dat de kandidaten toch al het diploma of de ervaring van het hoger secundair middelbaar moeten bezitten.¹⁷

De doelgroep lijkt hiermee dus niet voor iedere medewerker even duidelijk afgelijnd en ook naar werkelijk bereik toe niet helemaal geslaagd. Dus de doelgroep zou ten eerste beter afgebakend en door iedere medewerker gekend moeten zijn. Ten tweede zullen andere inspanningen moeten geleverd worden om de laaggeschoolde 18 tot 25-jarige doelgroep beter te kunnen bereiken, ofwel moeten de visie en de doelgroep aangepast worden.

4.2. Inhoud opleiding

De (Nederlandstalige) opleidingen die geselecteerd werden om aangepast te worden aan de interesses en noden van jongeren, zijn de volgende¹⁸: Showroomverkoper jongeren*,

¹⁷ In werkelijkheid zien we ook dat van de jonge deelnemers (23 respondenten tussen 18 en 25 jaar) zeker niet iedereen laaggeschoold was. De meesten van de jongeren (86%) die deelgenomen en de enquête ingevuld hebben, hebben een diploma hoger secundair onderwijs of meer (40% van de respondenten heeft een diploma hoger TSO) en behoren daarmee niet helemaal tot de laaggeschoolde jongeren zonder diploma middelbaar onderwijs die met de jongerenprojecten beoogd werden.

¹⁸ Lijst projecten zoals verkregen van Cevora op 07/03/2012.

Commercieel Administratief Bediende (CAB)*, Administratief Bediende Onthaal (ABO), Assistent Werfleider*, Technisch-Administratief Bouwbediende, Mobiele applicatieontwikkelaar, PC-en netwerktechnicus: IT explorer.¹⁹

Om tegemoet te komen aan één van de drempels die mogelijks de toegang naar opleiding voor jongeren belemmeren, namelijk het al te schoolse gehalte van een opleiding, werden de jongerenprojecten gebaseerd op drie componenten -theorie-stage-derde pijler- in plaats van de gebruikelijke twee (theorie-stage). De derde pijler is een innovatief element in de opleiding dat het schoolse karakter moet doorbreken en sociale vaardigheden op een alternatieve manier aanleert. De nieuwe samenwerkingspartners hierbij waren: JES (groepsdynamica en ervaringsleren), Let's Go Urban (dans), Her en Der (teambuilding, inleefweek), Obelisk (teambuilding, arbeidsattitude en sociale vaardigheden).

Behalve het feit dat er significant plaats gemaakt werd voor het derde pijler vak kunnen de aanpassingen die werden doorgevoerd aan de inhoud van de voorgestelde opleidingen algemeen omschreven worden als volgt: de inhoud van de beroepsgerichte vakken werd niet gewijzigd, maar vakken rond talen, commerciële/telefonische vaardigheden, sociale vaardigheden en sollicitatietraining werden uitgebreid of intensiever begeleid, de vakken rond bureautica werden ingekort.

Wat de toevoeging van het innovatieve element betreft, hier moet vooral de link met de arbeidsmarkt duidelijk zijn. Als dit niet impliciet duidelijk is voor de cursisten, moet dit zeker expliciet verklaard worden. Hierover leken alle geïnterviewde personen het eens te zijn:

“De link naar de job speelt bij de jongeren”

“Niet alle jongeren waren van het nut overtuigd”

“Het moet wel duidelijk zijn voor de jongeren wat de link is met werk”

“Het mag niet teveel zijn. In het begin was het goed voor teambuilding maar op den duur vonden de jongeren het gewoon spelletjes en reageerden ze met een dat ze niet meer in de scouts zaten”

Het lijkt wel zo te zijn dat, hoewel het derde pijler element misschien een ambiguë werking heeft als aantrekking naar de opleiding (vooral dans), sommige derde pijler elementen/organisaties wel goed geëvalueerd worden door de medewerkers achteraf.

“Kwa leervorm was dit wel positief maar naar aantrekking zowel positief als negatief mogelijk”

“De cursisten hebben de module rond teambuilding en arbeidsattitude heel goed geëvalueerd”

“Jongeren evalueren de groepsdynamica als zeer positief”

We bespreken enkel het aanbod van Cevora en niet dat van haar Franstalige zuster Cefora.

¹⁹ *Opleidingen geselecteerd voor diepte-interviews met projectleiders, partners, trajectbegeleiders en derde pijler docent zijn aangeduid met een asterisk.

4.3. Vorm en organisatie opleiding

De opleiding duurt, inclusief een zes weken durende stage, maximum zes maand. Voor jongeren met een korte-termijn visie kan dit als te lang beschouwd worden, zoals ook door de experts aangegeven.

“De opleiding moet zo kort mogelijk gehouden worden, plus een stage IBO en werkplekleren, [...], traject met IBO in totaal 6 maand, niet te lang maken”

De opleiding loopt ook voltijds. Dit idee om terug iedere dag de hele dag op de schoolbanken door te brengen kan jongeren die schoolmoe zijn misschien afschrikken. Zelfs met een achterliggende visie om hiermee een goed arbeidsethos te kweken, kan deze misschien minder abrupt ingevoerd worden.

Locatie, docenten, en type leslokalen werden niet aangepast. De locatie moet goed bereikbaar zijn met het openbaar vervoer en dit is meestal wel het geval. Docenten, of een deel ervan, zouden idealiter een rolmodel kunnen zijn voor de jongeren die typisch een gebrek hebben aan rolmodellen. Behalve het derde pijler vak gaan de lessen nog steeds door in een klassikale setting (meestal in een VDAB centrum). Zoals de medewerkers/experts omschrijven:

“Het is niet zozeer de inhoud die moet aangepast worden, maar het moet meer dynamisch gegeven worden -de lesgever moet dynamiek uitstralen-, en niet alle lessen in het klassieke grijze lokaal laten doorgaan”

“De lesgevers zijn best mensen uit de eigen leefwereld, rolmodellen”

“De opleiding is te schools. Er zou meer moeten gekeken worden naar een interactieve opleiding in plaats van een schoolse met de docent vooraan de klas”

“Door omstandigheden, schoolmoeheid, andere sociale problemen is het niet evident terug opleiding te gaan volgen. De schrik voor de schoolbanken houdt hen tegen”

“De schoolse locatie aanpassen: bv. starten in een bedrijf, en pas daarna het theoretisch gedeelte en dan terug stage in een bedrijf”

“Sociale vaardigheden, maar ook de infosessie bijvoorbeeld, zou in de lounge-zaal [bij VDAB Copernicus] kunnen doorgaan”

Het doel van de opleiding werd niet aangepast. Als jongeren een bepaald percentage van de lestijd aanwezig zijn geweest, krijgen ze het getuigschrift. Wat door Cedefop (2011) echter als een goede praktijk werd gevonden was het zetten van duidelijke doelen bv. door het opstellen van een opleidingscontract. Dus het doel moet niet (enkel) een vereist percentage aanwezigheid inhouden, maar ook aangevuld worden met concrete doelen of resultaten die moeten behaald worden door de trainee in een bepaald beroep.

De trajectbegeleiding voor de jongerenprojecten werd wel geïntensifieerd en dit wordt door alle medewerkers als een meerwaarde gezien. Er werd ook geopperd dat het nuttig kon zijn om deze begeleiding nog meer te versterken.

“Jongeren appreciëren heel hard de individuele trajectbegeleiding, dat er een vertrouwensband is, dat men zich inleeft in hun situatie”

“De trajectbegeleider volgt het zoeken naar werk wel op maar eens ze werk hebben, worden ze losgelaten. Maar het zou goed zijn als dit nog verder liep, dat zou positief zijn zowel voor de bedrijven als voor de jongeren”

Wat betreft de aanbevolen flexibiliteit en maatwerk van een opleiding (zie deel 3), zouden er misschien meer individuele aanpassingsmogelijkheden moeten bestaan. Dit werd ook door een aantal van de geïnterviewde medewerkers/experten opgemerkt:

“Ideaal zou de opleiding moeten aangepast worden aan het individu, cfr maatwerk. Hier moet worden naar gestreefd maar hoe dit specifiek moet voor jongeren is een groot vraagteken”

“De aankondiging is misschien toch nog te hoogdrempelig. Bv. met dans. Dit zou in bv. een ‘(communicatie)pakket’ gestoken kunnen worden waar de jongeren kunnen kiezen uit dans, sport, muziek, kleren maken,...”

Ook Cedefop (2011) prijst verandering in de structuur van de opleidingen of de wijze waarop ze aangeboden worden aan als een goede praktijk. Als voorbeeld geven ze o.a. onderhoud en ontwikkeling van de De Varens Brugge school, wat leerlingen groter zelfvertrouwen en eigenwaarde zou geven of een voorbeeld uit Noorwegen waar de trainers hun leermethoden aanpassen aan de studenten. Dit werd ook door sommige medewerkers vermeld:

“We zouden andere methodieken kunnen gebruiken zoals blended learning”

“Misschien moeten we alternatieve methoden (zoals blended learning) gebruiken eerder dan het funfactor element”

“Er kwam een suggestie van de deelnemers voor projectleren maar dit zou grote inspanningen vergen van de docenten”

Samenwerking met bedrijven wordt als een aantrekkingskracht van een opleiding gezien en het wordt als een goede praktijk aangehaald door Cedefop (2011): “de samenwerking met grote bedrijven die state-of-the-art leermateriaal aanreiken zodat de leerlingen kunnen trainen met het laatste nieuwe materiaal”. Deze aantrekkingskracht van bedrijven wordt ook beaamd door de medewerkers:

“Als er een bedrijf bij betrokken is, is er altijd veel reactie”

“Misschien moeten er meer bedrijfsbezoeken georganiseerd worden”

“[...] waar jongeren al betaald worden tijdens de opleiding en bijna gegarandeerd een job hebben door de nauwe samenwerking met bedrijven”

“[...] dus bvb. in de uitnodiging al bedrijven vermelden of uitnodiging als het ware van het bedrijf afkomstig maken”

We vinden hiervan echter weinig terug in de Cevora jongerenopleidingen. Een stapje verder gaat dan de mogelijkheid van het deeltijds leren en deeltijds werken om zo aan de wens van

de cursisten te beantwoorden die zo snel mogelijk aan het werk willen en hen tegelijk al werkervaring mee te geven. Ervaring is namelijk een profielkenmerk waar grote vraag naar is op de arbeidsmarkt en die jongeren zelf zien als één van de grootste drempels naar werk (zie later).

“De jongeren willen NU aan het werk”

“De doelgroep jongeren willen ervoor gaan, ze willen aan het werk”

“De jongeren willen gaan werken en geld verdienen, dus geen opleiding meer volgen”

Een opleiding waar het principe “deels leren-deels werken” voor jongeren wordt toegepast binnen de chemiesector is bv. Acta 1825.²⁰

4.4. Titel opleiding

De titel van de opleiding is een belangrijk element. De titel moet enerzijds zo goed mogelijk de inhoud dekken maar anderzijds ook “afschrikwekkende” of verkeerde connotaties vermijden. De uitspraken van de medewerkers laten vermoeden dat een betere titelkeuze de aantrekking van de opleiding mogelijkwerijs zou kunnen verhogen.

“Jongeren kunnen zich geen beeld vormen van het beroep”

“Het jobbeeld is heel duidelijk en concreet en dit is een succesfactor van de opleiding”

“Het woord “commercieel” schrikt sommigen af”

“Administratieve beroepen trekken geen jongeren aan”

“Het woordje administratief moet eruit, dat leidt tot saaie connotaties”

“De titel is te abstract”

“Jongeren willen iets creëren, iets opbouwen. Creatieve, sexy beroepen trekken aan”

“Misschien titel aanpassen om mensen naar de infosessie te krijgen. Eens ze daar zijn, kun je ze warm maken voor de functie”

“Het nadeel van de sector is dat het een beetje abstract blijft. Misschien kan het concreter gemaakt worden door voorbeelden te geven in welke bedrijven of functies ze zouden kunnen terecht komen”

²⁰ Zie <http://www.focusopchemie.be/pages/sector-chemie/trajecten.php>. Gedurende één jaar worden jonge werkzoekenden opgeleid tot procesoperator volgens de methodiek afwisselend leren en werken. ACTA1825 is een Opleidingstraject onder regie van ACTA vzw en in samenwerking met het Centrum Deeltijds Onderwijs (CDO) te Boom en het Gemeentelijk Instituut voor Technisch Onderwijs (GITOK) te Kalmthout. Zie http://www.focusopchemie.be/media/docs/Draaiboek_ACTA1825_032008.pdf voor meer informatie.[dd. 21/11/2012]

4.5. Rekrutering

Uit de gesprekken met de projectleiders, partners en trajectbegeleiders is de volgende rekruteringsstructuur duidelijk geworden. De rekrutering en selectie van de kandidaten gebeurt in drie stappen: (1) de opleiding wordt aangekondigd via een aantal kanalen, (2) geïnteresseerden kunnen zich inschrijven voor een infosessie, (3) de aanwezigen op de infosessie die geïnteresseerd zijn in het volgen van de opleiding kunnen zich kandidaat stellen en nemen deel aan de selectieprocedure. De selectieprocedure bestaat uit motivatiegesprekken met de trajectbegeleider en een aantal testen. Inzake rekrutering is er eigenlijk niet zoveel aangepast voor het merendeel van de opleidingen (met uitzondering van de opleiding met dans). De inspanningen voor het aanpassen naar jongeren toe, lagen eerder op het inhoudelijke vlak (het nieuwe derde pijler element) en de uitgebreide trajectbegeleiding.

4.5.1. Aankondiging

Om de doelgroep goed te bereiken werd de stijl en de inhoud van de aankondiging voor de opleidingen aangepast aan jongeren waarbij er volgens de “Nota over het Jongerenproject” (Cevora, 2010) gelet werd op het hebben van een positieve houding en de focus op kansen, het benutten van de groepsdynamiek (de mening van vrienden, de raad van mediafiguren/rolmodellen), het voorstellen van de opleiding als een directe weg naar een nieuwe job (tewerkstellingsgraad), het presenteren van een gevarieerd aanbod (er is een job voor ieders talenten), het gebruik van ‘je’/‘jij’, etc.

De titel van de opleiding is eigenlijk de eyecatcher van de aankondiging maar deze werd niet aangepast op de aankondiging, welke misschien wel een aantal mogelijke kandidaten kan afschrikken (cfr. 4.4. Titel opleiding).

De toevoeging van het derde pijler element in de aankondiging, bedoeld als aantrekking naar jongeren toe, kan echter ook een deel kandidaten afgeschrikt hebben, iets waar ook de volgende bedenkingen van de medewerkers op wijzen:

“Je bereikt eigenlijk een doelgroep binnen de doelgroep”

“Niet iedereen voelt zich aangetrokken tot bv. dans”

“Met bv. dans worden sowieso een aantal mensen uitgesloten. Een jonge twintiger met hoofddoek zal dit niet doen”

“Vooral voor jongens is dit niet evident, sommigen hebben hier geen affiniteit mee en zodoende kan het afstotend werken”

4.5.2. Kanalen van bekendmaking: het bereiken van de doelgroep

De opleiding wordt bekend gemaakt via de volgende klassieke kanalen: (gratis) krant, bv. de Zondag, Metro, Het Belang van Limburg, Streekkrant; mailings van de VDAB naar werkzoekenden die aan het profiel voor de opleiding zouden kunnen voldoen; websites (vooral Jobber en VDAB), soms Facebook; soms worden flyers (naar hogescholen, jeugdhuizen, jeugdorganisaties) en sms-acties vermeld; en verder ook nog via (flyers in) de werkwinkel (VDAB) of op beurzen. Voor de opleiding CAB Junior werden nog extra bekendmakingsinspanningen geleverd via de verdeling van flyers en affiches (onder jongerenorganisaties, jeugdcentra, JES, scholen, ...) en straatacties (danspresentaties door de derde pijler op door jongeren druk bezochte openbare plaatsen).

Voor deze opleiding werden dus intensieve acties ondernomen om jongeren te vinden. Maar zoals bij de inhoud van de opleiding zelf, moet ook bij het organiseren van vind-activiteiten de link naar arbeid (expliciet) duidelijk zijn.

“De FIND-activiteit heeft een link met tewerkstelling. Hoe sterk deze link is kan verschillen naargelang de concrete activiteit.” (Adventure@Work, 2004, FIND, p1)

Verder konden de straatacties, net door de perfectie van de voorstelling, misschien ook weer mogelijke kandidaten afgeschrikt hebben, zoals aangegeven door één van de medewerkers.

De communicatie van de opleiding is niet vanzelfsprekend en is ook afhankelijk van welke doelgroep precies bereikt moet worden. Ook het onderzoek naar het opleidingsgedrag van tijdelijk werklozen door Jacobs, De Cuyper en De Rick (2011) geeft het cruciale van de communicatie aan, dat als belangrijkste drempel tot opleiding werd geïdentificeerd:

“De inrichters van het opleidingsaanbod konden de betreffende werknemers niet bereiken, aangezien zij deze groep ook niet kunnen identificeren. Gericht en individuele communicatie is hierdoor niet mogelijk. Om deze werknemers toch te bereiken, werd door verschillende sectoren samengewerkt met werkgevers, werkgeversorganisaties en vakbonden. De vraag is echter of deze informatie de doelgroep uiteindelijk bereikt.” (Jacobs, De Cuyper en De Rick, 2011, p38)

In deel 3 werd beschreven hoe de informationele factor inderdaad als drempel naar opleiding kan fungeren. In het algemeen is Cevora misschien minder bekend bij de jonge doelgroep. Zij kennen wel opleiders als de VDAB en Syntra, maar sectorfondsen zijn misschien minder bekend, o.a. omdat deze minder adverteren en ook specifiekere opleiden. Daarom kan het nuttig zijn ook oriënterend te werken.

“Misschien moet er geadverteerd worden op andere plaatsen, bijvoorbeeld in scholen, hogescholen of CVOs, voor degenen die afhaken, zodat ze Cevora al kennen”

“In eerste instantie moet Cevora bekend gemaakt worden bv. op sit-in beurzen, of zelfs al voor ze 18 jaar zijn. Ook Jobber is nog altijd niet zo bekend, ook niet bij bedrijven”

“Het probleem is het bereik. Als jongeren de opleiding zouden kennen, zouden er veel meer de opleiding volgen”

“Kijken naar het profiel van de jongeren: ze zijn geïnteresseerd in de automobielsector dus de aankondiging zou ook kunnen via een advertentie in autotrader. Dit kanaal wordt meer gebruikt dan de VDAB-site”

De zoekkanalen die jongeren gebruiken vormt de grote vraag voor de medewerkers. Om zoveel mogelijk jongeren te bereiken, moet je weten welke kanalen zij gebruiken om te zoeken naar opleidingen/werk. Voor de moeilijk bereikbare jongeren stelt deze vraag zich nog prangender .

“Het moeilijkst te bereiken zijn de mensen die (nog) niet in het roulement van de VDAB zitten, bv. laatstejaars die verder opleiden niet meer zien zitten of mensen die door een arbeidsongeval hun functie niet meer kunnen doen. Deze personen zijn niet ingeschreven bij de VDAB en kunnen dan ook niet deelnemen”

Bij Cedefop (2011) wordt het bereiken van jongeren die niet leren, geen opleiding volgen of geen werk hebben (NEETs²¹) ook als één van de grote uitdagingen geïdentificeerd. Een goed voorbeeld van een organisatie die dit probeert aan te pakken is de Second Chance School of Marseille die o.a. community level activiteiten aanbiedt en de faciliteiten van de school ook laat gebruiken door de lokale wijkbewoners.

4.5.3. Infosessie en testen

Voor elke opleiding wordt een infosessie georganiseerd, die meestal twee tot drie maal doorgaat met één à twee weken tussenin. Ze heeft plaats bij de VDAB en zowel de VDAB partner (de klantenconsulent) als de trajectbegeleider zijn er aanwezig. Deze laatste doet de voorstelling van de opleiding (uitleg over de organisatoren, over de sector waarin zal gewerkt worden, uitleg beroep/functie, inhoud opleiding, praktische zaken o.a. rond welke begeleiding er wordt voorzien). De infosessie wordt overdag georganiseerd en is altijd in groep maar meestal zijn er niet veel aanwezigen en is er ruimte genoeg voor het stellen van (individuele) vragen. Op de infosessie kunnen de aanwezigen zich kandidaat stellen voor de opleiding en kunnen meteen aan een aantal testen deelnemen (deze testen zijn niet uitsluitend maar eerder adviserend). De motivatiegesprekken (of intake gesprekken) worden waar mogelijk dezelfde dag of kort daarna georganiseerd.

Uit de gesprekken met de medewerkers is gebleken dat er zich werkelijk een knelpunt vormt in het aantrekken van geïnteresseerden naar de infosessie, maar dat degenen die naar de

²¹ NEETs=jongeren Not in Employment, Education or Training.

infosessie komen zich vaak ook kandidaat stellen, en daarbij niet worden afgeschrikt door de testen:

“Als ze naar de infosessie komen, is 't al veel. Dan heb je ze”

“Een 70 à 80 percent van de aanwezigen stelt zich kandidaat”

“Hen naar de infosessie krijgen is al een grote stap”

“Het cruciale is om ze naar de infosessie te krijgen”

“De infosessie als dusdanig is niet het probleem, maar het korte termijn denken van de jongeren: ze hebben het gezien maar vergeten het of hebben andere plannen die dag”

“Vanaf het moment dat ze contact nemen, heb je ze mee op de kar. En zij die spontaan contact nemen komen naar de infosessie”

“Het merendeel blijft wel zitten om mee te doen aan de testen”

“Testen werken niet afschrikkend bij jongeren, eerder bij ouderen”

“Zij die meer bibberen voor testen zijn 45plussers. Jongeren zijn dit nog meer gewoon om testen te doen”

Testen zouden misschien mogelijkwerwijs wel kunnen afschrikken bij jongeren met een laag zelfvertrouwen volgens één van de medewerkers (en dit zijn misschien de jongeren die niet naar de infosessie komen of toch verdwijnen). Maar de infosessie op zich zal zeker geen drempel vormen en zou daarentegen twijfelaars zelfs over de streep kunnen helpen.

Misschien moet er daarom aan de “uitstraling” van de infosessie meer aandacht worden besteed, ook op de aankondiging.

“De infosessie is te droog, niet motiverend genoeg”

“Het is belangrijk om bedrijven erbij te betrekken, ook op de infosessie”

“De grootste succesfactor is de uitleg door een gemotiveerd spreker op de infosessie. Je moet de opleiding kunnen verkopen, de jongeren kunnen grijpen. De info moet interactiever zijn”

4.5.4. Succesvolle rekrutering?

De onderzoeksvragen zijn ontstaan uit de observatie dat rekrutering naar de jongerenopleidingen niet succesvol verliep. Hier kunnen we een aantal vragen stellen, namelijk welke de gehanteerde criteria zijn voor een “succesvolle rekrutering”, of de rekrutering werkelijk voor elke jongerenopleiding problematisch verloopt, en of de rekrutering naar de opleiding enkel problematisch verloopt voor de jongerenopleiding maar niet voor de opleiding waaruit die ontstaan is.

Een succesvolle rekrutering kan op verschillende manieren bekeken worden en lijkt niet voor iedere medewerker hetzelfde. In enkele gevallen gaat het wel uitsluitend over het aantal jonge deelnemers maar soms gaat het verder en wordt ook de (mogelijkheid tot) uitstroom

(=tewerkstelling na de opleiding) vermeld. Vaak wordt niet enkel de kwantiteit (12 deelnemers in een opleiding) maar ook de kwaliteit van de deelnemers expliciet vernoemd.

“Een geslaagde rekrutering is als er 12 kandidaten zijn en Cevora/VDAB ziet potentieel in deze kandidaten”

“Succesvol als er 12 deelnemers zijn, dit is tot op heden [=interviewdatum] nog niet gelukt”

“Een succesvolle rekrutering is als er mensen op de infosessie afkomen die geïnteresseerd zijn (we hopen op 20-25 per infosessie). Hen naar de infosessie krijgen is een grote stap in het rekruteringsproces”

“Een succesvolle rekrutering is als er voldoende valabele kandidaten zijn om de opleiding van start te laten gaan, en op het einde van de opleiding ook uitkomst biedt naar tewerkstelling”

“12 succesvolle eersteklaskandidaten, niet de reservekandidaten moeten gebruiken, die echt die job willen doen”

Dus er bestaat onduidelijkheid rond wat er wordt bedoeld met “succesvolle rekrutering”. Zijn dit 12 deelnemers in de cursus of is rekrutering succesvol als een hoog percentage van de starters de opleiding helemaal doorloopt en ook aan werk geraakt. Bij de onderzoeksvraag leek het vooral om aantallen geïnteresseerden te gaan en we zullen ons hieraan houden.

Verder probeerden we na te gaan of rekrutering als een probleem werd ondervonden bij iedere jongerenopleiding, en dit lijkt niet het geval. Vooral de opleidingen met een duidelijk administratieve en/of bediende invulling (Commercieel Administratief Bediende, Administratief Bediende Onthaal en Technisch-Administratief (Bouw)bediende Junior) lijken problemen te ondervinden bij het aantrekken van jongeren:

“We hebben deze rekrutering niet als succesvol ervaren. Er zijn veel inspanningen gebeurd en we hebben de grootste moeite gehad om een groep samen te stellen”

“Momenteel wordt men zich ervan bewust dat de rekrutering van jongeren in de opleiding [...] niet echt geslaagd kan genoemd worden”

“Ook zullen er nieuwe laagdrempeligere profielen georganiseerd moeten worden omdat de echte kansengroepen bij de jongeren weinig tot niet binnenstromen in onze opleidingen”

Bij de concretere opleidingen zoals bv. showroomverkoop auto's en assistent werfleider (en ook Applicatieontwikkelaar/ Pc- en Netwerktechnicus: IT explorer²²) leken er minder rekruteringsproblemen te bestaan.

²² Bij deze opleiding werd de conclusie gemaakt aan de hand van gegevens over aantal aanwezigen op de infosessies en kandidaatstelling, en niet door een uitdrukkelijke evaluatie rond het rekruteringsucces door de medewerkers.

“Showroomverkoop is heel aantrekkelijk voor jongeren. Ze komen er spontaan op af. Ook in de algemene opleiding is de gemiddelde leeftijd jong”

“Jongeren volgen wél deze opleiding”

“Ook in de algemene opleiding zitten sowieso genoeg jongeren”

Dus het rekruteringsprobleem lijkt niet zomaar veralgemeenbaar naar alle jongerenopleidingen toe. Verder zien de meeste medewerkers geen verschil in de rekrutering naar de jongerenopleiding toe en rekrutering naar de algemene opleiding. Het rekruteringsprobleem is dus niet typisch voor de jongerenopleidingen maar misschien eerder voor een bepaald type (administratieve?) opleidingen.

“De rekrutering is niet moeilijker hier dan bij de algemene opleiding”

“Ik zie geen verschil [in rekrutering] met andere opleidingen, maar dit is echt een opleiding waar genoeg kandidaten voor zijn”

“De aantallen lopen ongeveer gelijk met de normale [opleidingX]projecten. We zien dat er ongeveer evenveel jongeren zitten in de gewone [opleidingX]projecten dan in de specifieke projecten voor jongeren”

Als de rekrutering problematisch is voor zowel de jongeren- als de algemene opleiding, moet er algemeen voldoende (of hernieuwde) aandacht worden besteed aan de bestaansreden, de doelgroep, de inhoud, de vormgeving, organisatie en de bekendmaking van de opleiding. Hier speelt ook het groter geworden aanbod van opleiders mee, dat de concurrentie tussen de opleiders moeilijker gemaakt heeft. Daarbovenop bestaat er ook concurrentie tussen de sectoren en misschien moet samenwerking met andere sectoren overwogen worden. Niet alleen het aanbod van opleiders maar ook de vraag vanuit de arbeidsmarkt naar bepaalde opleidingen is dynamisch. Daarom kan een vooronderzoek nuttig zijn om de noden van de arbeidsmarkt te kennen, vooral naar noden die door de doelgroep ingevuld kunnen worden. Sommige geïnterviewden merkten op dat er misschien zelfs geen vraag meer bestaat van de arbeidsmarkt naar de laaggeschoolde doelgroep of de laaggeschoolde (PC218) bedienden (zie verder in “Arbeidsmarktdrempels”).

4.5.5. Andere

Behalve de bovenvernoemde drempels tot opleiding werden er door de medewerkers nog een aantal mogelijke drempels of bemerkingen aangehaald die mogelijk de rekrutering beïnvloeden. Een medewerker vroeg zich bijvoorbeeld af of de jongeren, die liefst zo snel mogelijk aan het werk willen, wel een link vinden tussen de (titel van de) opleiding en de vacatures die ze onder ogen krijgen.

Verder werd het effect van de contactpersoon vernoemd. Meestal wordt een persoon bij de VDAB (klantenconsulent) op de aankondiging vermeld. Deze moet dan gecontacteerd worden door de geïnteresseerden om te weten te komen waar en wanneer de infosessies doorgaan. Mogelijkerwijs kunnen negatieve associaties met de VDAB (klassikaal, schools

setup; grootsheid van de organisatie; connectie met de sanctionerende instantie RVA) contactname beïnvloeden.

Een deel van de medewerkers trokken de bestaansreden zelf van de jongerenopleidingen in twijfel en zagen meer heil in heterogene leeftijdsgroepen waar jong en oud mekaar (positief) kunnen beïnvloeden.

4.6. Arbeidsmarktdrempels

In wat vooraf ging bespraken we de mogelijke rekruteringsdrempels tot een jongerenopleiding bij Cevora zoals gezien door de ogen van de medewerkers. Deze drempels situeren zich vooral op het niveau van de jongere zelf en op het niveau van de opleider. Doch ook op het niveau van de (Belgische) arbeidsmarkt kunnen een aantal van de in de literatuur geïdentificeerde drempels toegepast worden. Uit de gesprekken met medewerkers en arbeidmarktexperten kwamen de volgende drempels als mogelijks relevant naar voor: (te) lage vraag naar laaggeschoolde (PC218) bedienden, vooronderzoek: onderzoek naar de arbeidsmarktvraag en de link met de opleiding, vraag van de werkgevers naar ervaring, werkloosheidsval, jobstudentenval, mogelijkheid om te werken als uitzendkracht en de transitie tussen onderwijs en arbeidsmarkt.

4.6.1. *(Te) lage vraag naar laaggeschoolde (PC218) bedienden*

De (te) kleine vraag van de arbeidsmarkt naar laaggeschoolden, en meer bepaald naar laaggeschoolde bedienden binnen PC218, kan ook als drempel werken naar het volgen van een opleiding in die richting.

“Als je kijkt naar wat de markt vraagt naar profielen, competenties etc toe, met een laaggeschoolde (=zonder diploma middelbaar onderwijs) kom je dan niet ver meer”

“Er bestaat eigenlijk al een overaanbod van laaggeschoolde bedienden”

“Er bestaat een slechte match: er is een grote vraag naar hooggeschoolden terwijl het aanbod grotendeels uit laaggeschoolden bestaat”

“Er is een tekort aan duurzame jobs voor de doelgroep (=laaggeschoolden)”

“Het is zeer waardevol om te proberen laaggeschoolde jongeren mee te krijgen, maar kunnen zij terecht op de arbeidsmarkt? Wordt het niet weer een teleurstelling?”

4.6.2. *Vooronderzoek: link arbeidsmarkt-opleiding?*

Hiermee samenhangend kan de vraag gesteld worden hoe de beslissing werd genomen rond de inhoud van de jongerenopleidingen, i.e. voor welke beroepen er een jongerenopleidingen werd ontwikkeld. Werd er bijvoorbeeld een vooronderzoek gevoerd naar welke opleiding goed in de (arbeids)markt zou liggen? De beslissing tot het ontwikkelen van een jongerenopleiding moet gevoed worden door de vraag op de arbeidsmarkt naar beroepen of vaardigheden.

“Er wordt met opleidingen vaak niet kort genoeg op de bal gespeeld, door bvb. met een kortlopende module in te spelen op acute personeelstekorten”

“In welke segmenten van de arbeidsmarkt ervaart Cevora tekorten? Kan er een analyse van de nood gedaan worden? Zitten hier ook knelpuntberoepen in?”

4.6.3. Ervaring

De vraag van de werkgevers naar ervaring is ook werkelijk een grote drempel voor jongeren.

“Arbeidservaring is de ontbrekende link”

4.6.4. Werkloosheidsval

Verder kan ook de werkloosheidsval spelen omdat er onder de bedienden in PC218 toch wel lage lonen bestaan, waardoor het voor werkzoekenden aantrekkelijker kan zijn om werkloos te blijven dan wel een opleiding te volgen tot en tewerkgesteld te worden als bediende binnen PC218.

4.6.5. Jobstudentenval

Daarenboven is de “jobstudentenval” relevant, met zijn onrealistische verwachtingen naar loon (en verantwoordelijkheden).

“Als jobstudent verdienen jongeren misschien wel 2000€. Dan willen die jongeren niet gaan werken voor 1200-1300€”

“Jongeren onderhandelen in eerste instantie over loon in plaats van over inhoud. Een gebrek aan een realistisch beeld wat mensen verdienen en bijgevolg de teleurstelling in het loon, heeft een demotiverend effect”

“De jongeren hebben te hoge verwachtingen rond loon. Ze willen vaak heel veel en hebben het gevoel al veel tijd verloren te hebben”

4.6.6. Uitzendwerk

De mogelijkheid om zich te engageren als uitzendkracht kan ook in beide richtingen werken, als een springplank of als val. Voor een deel jongeren gebeurt hun intrede op de arbeidsmarkt vaak onder de vorm van interimwerk. Vele jongeren willen/moeten zo snel mogelijk aan het werk en interim biedt hen de mogelijkheid hiertoe. Jongeren hopen soms via het tijdelijke werk vast werk te vinden - of deel te kunnen nemen aan opleiding binnen het tijdelijke werk - wat dus sneller onafhankelijkheid biedt (dan eerst opleiding te gaan volgen zonder inkomen). Samen met het korte termijn denken van jongeren kan deze mogelijkheid tot interimwerk dus als een drempel tot opleiding werken en een val worden als jongeren er niet meer uit geraken of ze daardoor kansen op duurzamer werk missen.

4.6.7. Transitie onderwijs-arbeidsmarkt

Ook de transitie tussen onderwijs/opleiding en de arbeidsmarkt is niet vanzelfsprekend en wordt door velen als problematisch ervaren. Hier kan een kans schuilen voor opleiders om net daarin op te leiden waar jongeren en werkgevers hiaten in de vooropleiding zien. Het kan hier ook gaan om het bijscholen in de zogenaamde “soft skills” zoals bv. sociale vaardigheden.

Dit hoofdstuk leidde tot een aantal hypotheses omtrent drempels tot opleiding, zoals gepercipieerd door de ogen van de Cevora medewerkers en arbeidsmarktexperten. Maar hoe zien de jongeren zelf dit eigenlijk? Een aantal van de hypotheses, gevormd aan de hand van het literatuuroverzicht en de diepte-interviews, worden afgetoetst via een (online) survey bij 18 tot 25 jarigen die ooit door de VDAB werden ingelicht in verband met de mogelijkheid tot het volgen van een jongerenopleiding bij Cevora en (ex-)deelnemers van de jongerenopleidingen bij Cevora.

Deel 5: Drempels bekrachtigd of ontkracht door jongeren?

In het vijfde deel willen we de in deel drie en vier geïdentificeerde drempels beoordelen vanuit het standpunt van de jongeren, aan de hand van een online enquête bij 18 tot 25 jarigen (zie beschrijving deel 2). Via de enquêtevragen die zich situeerden op vijf domeinen, namelijk: socio-demografische kenmerken van de respondent, zoektocht naar werk en opleiding, visie op werk en de arbeidsmarkt, visie op opleiding en visie op opleiding bij Cevora, geven we een overzicht van hoe jongeren zelf oordelen over bepaalde drempels. Daar we niet de ruimte hebben om elke drempel te testen aan de mening van de jongeren omdat dit tot een te lange enquête zou leiden of sommige drempels niet direct testbaar zijn, werd de nadruk gelegd op de drempels die het meest specifiek zouden kunnen gelden voor de Cevora jongerenopleidingen.

We houden ons hierbij aan de structuur uit de vorige delen: drempels op het niveau van de jongere zelf, van de opleider (inclusief de informationele factoren), en van de arbeidsmarkt (hieronder plaatsen we ook beeldvorming door de werkgevers). Op het niveau van de jongere zelf zullen we o.a. volgende drempels onderzoeken: gebrek aan zelfvertrouwen/laag zelfbeeld, gebrek aan motivatie, schoolmoeheid, de financiële drempel (of het meteen aan het werk willen). Op het niveau van de opleider kijken we o.a. naar de inhoud van de opleiding (inclusief de Cevora-specifieke derde pijler), het opleiden tot (administratieve) bediendenberoepen, de vorm en organisatie, het specifiek richten van een opleiding naar jongeren, de aankondiging, de titel van de opleiding, de gebruikte communicatiekanalen, andere informationele factoren, andere rekruteringsfactoren. En op het niveau van de arbeidsmarkt bekijken we de beeldvorming van de werkgevers, de mogelijkheid tot het uitvoeren van interimwerk, de transitie van onderwijs/opleiding naar de arbeidsmarkt, en de jobstudentenval.

De online enquête naar jongeren die niet hebben deelgenomen aan een Cevora opleiding werd via de VDAB verstuurd naar 8119 jongeren die ooit zijn aangeschreven geweest met de aankondiging van een Cevora jongerenproject maar die niet hebben deelgenomen aan de opleiding, waarvan er 542 de enquête helemaal hebben ingevuld (inclusief acht jongeren die de enquête schriftelijk tijdens een JES-projectweek hadden ingevuld). Twee personen waren ouder dan 25 jaar en deze werden dus uit de dataset verwijderd wat 540 jongeren tussen 18 en 25 jaar overliet.

We bespreken eerst het profiel van de 540 respondenten. Slechts één op vier van de jongeren zijn laaggeschoold (23%). 77 percent heeft een diploma van het hoger secundair onderwijs en zelfs 30 percent van meer dan hoger secundair onderwijs. 22 percent heeft een diploma hoger TSO. Hiermee hebben we dus niet helemaal de laaggeschoolde doelgroep bereikt.

De jongeren hebben hun schoolloopbaan beëindigd tussen 2002 en 2011. Iets meer dan een derde van de jongeren (37%) is ondertussen aan het werk, waarvan drie vierde (76%) als bediende. 28 percent van degenen die aan het werk zijn, werken wel onder een interimcontract.

Wat de andere karakteristieken van de jongeren betreft, merken we op dat de geslachtsverhouding zeer ongelijk is: 73 percent van de respondenten zijn vrouwen. 64 percent van de respondenten woont bij de ouders (of andere familieleden) en 21 percent

woont samen met zijn/haar partner (met of zonder kinderen). Zeven percent van de groep woont alleen. De meeste respondenten zijn meertalig met vooral kennis van het Nederlands (gesproken door 99%), Engels (82%), Frans (58%) en Duits (25%).

De in dit hoofdstuk gepresenteerde tabellen zijn eenvormig georganiseerd en bevatten altijd twee kolommen, namelijk een kolom met de resultaten voor alle jongeren die niet aan een Cevora jongerenopleiding hebben deelgenomen (540 respondenten) en een kolom met degenen die niet hebben deelgenomen én die laaggeschoold zijn (=geen diploma bezitten van het hoger secundair onderwijs). Deze laatste groep wordt in de kolommen aangeduid als “Laaggeschoolde jongeren” (126 respondenten). De meeste tabellen worden in de tekst zelf weergegeven terwijl andere, eerder illustratieve, in bijlage 2 zijn opgenomen.

5.1. Drempels bij de jongeren zelf

Hier bespreken we de bevindingen rond een aantal drempels die geïdentificeerd werden op het niveau van de jongeren zelf, en die betrekking kunnen hebben op de Cevora jongerenopleiding en de beoogde doelgroep (zie beschrijving doelgroep 4.1.).

5.1.1. Laag zelfbeeld/zelfvertrouwen

Voor sommige jongeren kan een laag zelfbeeld of laag zelfvertrouwen, of zoals een medewerker het verwoordde “het gevoel er alleen voor te staan” een drempel vormen tot opleiding. Het is niet eenvoudig om iemands zelfvertrouwen te meten maar daar in dit opzicht de trajectbegeleider als een belangrijk element wordt gezien, dat jongeren over de streep kan helpen om er toch voor te durven gaan, keken we naar hoe de jongeren de aanwezigheid van een trajectbegeleider eigenlijk ervaren.

Uit de resultaten in Tabel 6 (“Aantrekkelijke kenmerken van een opleiding”, zie p43) blijkt dat 25 percent van de jongeren het feit dat een opleiding individuele trajectbegeleiding aanbiedt als een aantrekkelijk kenmerk van een opleiding zien. Dit percentage ligt lager dan verwacht maar kan liggen aan het feit dat de doelgroep niet bereikt werd. Het resultaat (weinig appreciatie voor trajectbegeleiding) wordt ook bevestigd door de lage scores in Tabel 4 (“Belemmeringen voor het vinden of volgen van opleiding: ik mis persoonlijke begeleiding in de meeste opleidingen” werd door 9% van de jongeren en slechts 5% van de laaggeschoolde jongeren aangeduid als een belemmering).

Dus het laag zelfbeeld en laag zelfvertrouwen, dat mogelijk wel aanwezig is, en de nood aan een trajectbegeleider lijkt niet als een drempel te werken voor de respondenten van de survey.

5.1.2. Schoolmoeheid

Een groot deel van de respondenten is het naar school gaan beu (58%, tot zelfs 68% van de laaggeschoolde respondenten) terwijl een veel kleiner deel ook het leren echt beu is (slechts 29% van alle jongeren en 39% van de laaggeschoolde jongeren). Algemeen gezien zijn de respondenten dus leergierige jongeren wat ook bevestigd wordt door hun visie op hun relatie tot de arbeidsmarkt.

Uit Tabel 1 blijkt dat vier vijfde van de groep jongeren zichzelf als leergierig bestempelt. Het percentage ligt iets lager voor de laaggeschoolde respondenten (73%) maar het vormt toch ook in deze groep veruit het meest vernoemde kenmerk.

Tabel 1: Visie jongeren rond hun relatie tot de arbeidsmarkt

Uitspraken	% vindt dat de uitspraak past	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Ik ben nog niet klaar voor de arbeidsmarkt	4	5
Ik heb goede kwalificaties	35	21
Ik heb al goede werkervaring	30	24
Ik ben leergierig en wil nieuwe dingen leren	80	73
Ik ben te jong	10	10
Ik ben nog te onervaren	31	29
Ik ben enthousiast en zal me 100% in iets storten	52	48
Ik wil veel bereiken in mijn werk	49	50
Ik zie er niet tegenop hard te werken	44	38
Ik heb veel talenten	22	17
Ik wil wel gaan werken maar zou liever meer tijd besteden aan ontspanning	7	5
Ik wil wel gaan werken maar zou liever opleiding volgen	15	18
Ik zie er niet tegenop vroeg op te staan om vroeg te kunnen beginnen werken	30	25
Ik ben heel sociaal	46	43
Ik kan goed in team werken	58	49
Ik kan goed zelfstandig werken	60	58
Ik kan initiatief nemen	42	39
Ik ben zeker niet van plan mij te binden aan één werkgever	6	4
Ik wil iets kunnen creëren, iets doen dat tastbaar is	19	20
Andere	3	3
Aantal respondenten	540	126

Ook het percentage jongeren die op de vraag naar de belemmeringen bij het zoeken/volgen van opleiding antwoorden “ik ben genoeg naar school gegaan en ben al het schoolse beu” is laag (zie Tabel 4: 7%) waarmee we kunnen besluiten dat de schoolmoeheid, ook al is ze aanwezig, niet als een drempel naar opleiding kan gezien worden omdat de jongeren geloven in het nut van opleiding.

5.1.3. Motivatie

Ook de motivatie van jongeren speelt een rol: als men niet gelooft in opleiding, of in de kansen die opleiding kan bieden ten aanzien van tewerkstelling, zal men er ook niet aan deelnemen. In de enquête werd daarom ook gepeild naar de visie van jongeren op opleiding en hun motivatie (of demotivatie) om er één te volgen.

Ongeveer een derde van de respondenten heeft reeds één of meerdere opleidingen achter de rug heeft (37% van alle jongeren en 30% van de laaggeschoolde respondenten). In tegenstelling tot onderwijs, wordt opleiding wel veel sterker gezien als een opstap naar werk. Met 74 percent van de jongeren (en 70% van de laaggeschoolde respondenten) die geloven in het nut van opleiding, en ongeveer vier vijfde van de jongeren die aangeeft in de toekomst (nog) opleiding te willen volgen (81% van alle en 82% van de laaggeschoolde respondenten) kunnen we algemeen wel besluiten dat opleiding als een toegang tot de arbeidsmarkt wordt gezien.

In Tabel 2, waar de redenen voor het volgen van opleiding worden voorgesteld, zien we ook het sterke geloof van de jongeren in het positieve effect van opleiding op hun kansen op de

arbeidsmarkt (82% van alle en 79% van de laaggeschoolde jongeren). Dus we kunnen besluiten dat het geloof in opleiding en de motivatie voor opleiding zeker aanwezig is.

Doch willen we een aantal aandachtspunten vermelden. Ook al is het geloof in opleiding algemeen aanwezig, voor bepaalde groepen kan de motivatie toch lager of verdwenen zijn, zoals de volgende opmerking van een respondent aangeeft:

“Aan jongeren wordt gezegd: je kunt worden wat je wilt. Maar jongeren die minder gemotiveerd zijn om goed te studeren vallen al snel door de mand en ik heb het gevoel dat dit een spiraal is, een vicieuze cirkel van falen. Dit geeft een ontmoedigend gevoel”

Tabel 2: Redenen voor het volgen van opleiding

Uitspraken	% vindt dat de uitspraak past	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Opleiding verhoogt de kansen op de arbeidsmarkt	82	79
Ik wil mijn vaardigheden verbeteren ^a	19	14
Ik volg verplicht opleiding	2	1
Ik vind de opleiding interessant	52	47
Ik ben liever in opleiding dan werkloos	36	45
Ik wil iets nuttig doen terwijl ik naar werk zoek	40	44
Ik hoop in de opleiding van oudere deelnemers te kunnen leren	9	7
Ik ben meest geïnteresseerd in een opleiding met stage om zo ervaring op te doen	31	33
Andere reden	6	7
Aantal respondenten	540	126

^a De vaardigheden die de jongeren willen verbeteren of andere redenen die ze aangeven zijn bvb. Administratie, android, (zakelijke) talen, zelfzekerder worden.

De motivatie tot het volgen van opleiding zal voor een groot deel beïnvloed worden door de visie van de respondenten op hun situatie op de arbeidsmarkt. Als ze deze om bepaalde redenen als kansloos zien bv. door discriminatie op de markt of door een gebrek aan diploma's, zien ze misschien ook geen heil meer in het volgen van opleiding, zoals de volgende citaten uit de enquête aangeven:

“Werkgevers vinden opleiding niet interessant, weet ik uit ervaring. Ze verkiezen diploma's”

“Als hoofddoekdrager kan ik geen werk vinden. Als ik een opleiding volg en nog steeds geen werk kan vinden omdat ik een hoofddoek draag, heeft het dan nut om een opleiding te volgen?”

“De opleidingen via Cevora zijn goed georganiseerd en ik zou zeker opnieuw via Cevora een opleiding volgen, maar dan alleen als er effectief mogelijkheid is om naar mate van tijd ergens te starten”

In Tabel 3 wordt een inschatting weergegeven van hoe de respondent zijn eigen kansen op de arbeidsmarkt ziet en we vinden hier toch een zeker pessimisme: één op vier jongeren denkt dat het vinden van werk lang zal duren; bijna één op drie denkt dat hij een job zal moeten doen die hij niet graag en twee percent gelooft zelfs dat hij nooit aan werk zal geraken. Nog meer pessimisme vinden we bij de laaggeschoolden waar meer dan één op drie (37%) jongeren denkt dat hij een job zal moeten doen die hij niet graag doet en vijf percent van de laaggeschoolde jongeren denkt dat hij nooit aan werk zal geraken. De redenen die voor deze pessimistische kijk worden aangegeven concentreren zich vooral rond

het feit dat men geen ervaring of geen diploma heeft. Ook gezondheidsproblemen, racisme, beoordeling op uiterlijk en (een opeenvolging van) interimcontracten worden vermeld:

“Ik zoek al lang naar werk maar vind er geen, men zoekt iemand met ervaring”
 “Als je weinig ervaring hebt, heb je weinig kansen”
 “Ik heb geen diploma en geen rijbewijs”
 “Ze zien tegenwoordig alleen maar naar diploma’s en uiterlijk”
 “De interimkantoren en werkgevers houden me aan het lijntje met interimcontracten!”
 “Ik heb een zware blessure aan nek en rug”/“Ik heb een hernia”/“Ik heb gezondheidsproblemen”
 “Veel geven me geen kans om te laten zien wat ik kan, of door racisme want ze vertrouwen geen zwarte”

Dus pessimisme omtrent de arbeidsmarkt, dat in bepaalde groepen meer speelt dan in andere, kan een drempel vormen tot het volgen van opleiding zoals de eerder gegeven citaten ook al lieten uitschijnen.

Tabel 3: Inschatting kansen op de arbeidsmarkt

Uitspraken	% jongeren vindt dat deze uitspraak bij eigen situatie past	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Ik zal snel werk vinden met de kwalificaties die ik bezit	18	14
Ik zal snel werk vinden met de ervaring die ik bezit	14	13
Ik zal snel werk vinden via bijkomende opleiding, vooral door extra theorie	14	15
Ik zal snel werk vinden via bijkomende opleiding, vooral door stage	16	11
Ik zal wel werk vinden maar het zou wel eens lang kunnen duren	25	24
Ik zal wel werk vinden maar ik ga misschien een job moeten doen die ik niet zo graag doe	31	37
Ook al vind ik die misschien niet zo snel, maar ik zoek tot ik een job heb gevonden die me echt aanspreekt, die echt bij me past	33	34
Ik zal waarschijnlijk nooit aan werk geraken want ...	2	5
Geen van de uitspraken passen bij mijn situatie	7	6
Ik heb al werk gevonden	25	17
Aantal respondenten	540	126

Ook wat kwalificaties en ervaring betreft is een zeker pessimisme aanwezig rond het geloof dat deze de respondent aan het werk zullen helpen: slechts één op vijf (18%) denkt dat hij snel werk zal vinden met de kwalificaties die hij bezit en zelfs maar 14 percent van de laaggeschoolden gelooft in zijn/haar kwalificaties. Betreffende ervaring ligt het geloof dat dit hen snel aan het werk zal helpen nog lager.

Hier kunnen we besluiten dat, hoewel de jongeren wel algemeen in het kansenverhogend potentieel van opleiding geloven, ze toch niet zo optimistisch blijken over hun eigen kansen op de arbeidsmarkt, wat ontmoedigend naar opleiding toe kan werken.

5.1.4. Peer group

De situatie van vrienden kan een invloed hebben op de eigen situatie en daarom werd ook gepeild naar de werk-opleidingssituatie van de vrienden van de respondenten. De meeste vrienden van de respondenten zijn aan het werk (vermeld door 76% van de jongeren) of nog op school (vermeld door 53%). Ook het percentage jongeren waarbij de meeste vrienden

werkzoekend zijn is aanzienlijk met 33 percent. Wat betreft vrienden in opleiding, is er slechts een kleine groep waarbij de meeste vrienden zich in deze situatie bevinden (10%). Het percentage respondenten waarvan de meeste vrienden op zoek zijn naar opleiding is zeer laag (4%).

Dus zowel het volgen van als het zoeken naar opleiding lijkt geen “gewoonte” onder de vrienden van de respondenten, wat de houding ten opzichte van opleiding van de respondent (negatief) kan beïnvloeden, temeer daar vrienden ook als vindkanaal voor opleiding kunnen dienen (zie verder) zoals volgend citaat laat uitschijnen [als antwoord op de vraag welk het communicatiekanaal is dat voor het aankondigen van een opleiding de meeste kans maakt om door de respondent opgemerkt te worden]:

“Vooral via vrienden die in dezelfde situatie zitten en zelf een aankondiging hebben gevonden. Als ik er één vind, dan stuur ik ze ook altijd door naar mijn vrienden, dan kunnen we samen zien wat we ermee aanvangen”

5.1.5. Financiële drempel

In de literatuur wordt ook de financiële drempel aangehaald. Deze houdt niet enkel de kost van de opleiding in (wat ook niet relevant is voor de Cevora opleidingen daar deze gratis zijn) maar ook complementaire kosten zoals transport en kinderopvang, of opportunitetskosten (het loon dat men zou krijgen als men aan het werk zou zijn kunnen gaan in plaats van opleiding te volgen).

In Tabel 4 vinden we een overzicht van wat als mogelijke drempel wordt geïdentificeerd door de respondenten en hieruit blijkt het belang van de financiële drempel. Voor de directe en de complementaire kosten vinden we dat bijna de helft van de jongeren aangeeft dat een opleiding gratis moet zijn (42% van alle en 48% van de laaggeschoolde jongeren) en bijna één op drie verlangt ook financiële tegemoetkomingen voor transport/lunch/kinderopvang (respectievelijk 31% en 28%). Een derde van alle respondenten vermeldt dat “het zo snel mogelijk aan het werk willen” een belemmering kan vormen voor het volgen van opleiding. Eén op vier jongeren geeft ook aan dat hij/zij het zich financieel niet kan veroorloven om een opleiding te volgen. Voor laaggeschoolde respondenten liggen deze percentages zelfs nog een tikkeltje hoger dan voor de totale groep.

Het feit dat jongeren liefst zo snel mogelijk aan het werk willen doet vermoeden dat jongeren dan ook eerder in een (interim?, niet duurzame?) job zullen stappen dan opleiding te volgen en hierdoor misschien wel latere kansen missen op duurzamer werk of op een job die beter aansluit bij hun wensen.

5.1.7. Andere drempels/opmerkingen

Behalve het feit dat de jongeren zo snel mogelijk aan het werk willen komen er eigenlijk geen andere belemmeringen uitgesproken naar voor. Bijna één op vijf van de jongeren vermeldt zelfs expliciet dat ze geen belemmeringen ervaren.

Tabel 4: Belemmeringen voor het volgen/vinden van een opleiding

Belemmeringen	% jongeren vindt dat de uitspraak past	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Ik weet niet goed waar ik naar een opleiding moet zoeken	16	17
Ik vind nergens een opleiding die aan mijn verwachtingen voldoet	22	29
Ik vind geen gepaste opleiding die bereikbaar genoeg gelegen is	18	21
Ik vind geen opleiding die gemakkelijk toegankelijk is (waar je niet teveel voorkennis voor nodig hebt)	9	17
Ik wil zo snel mogelijk aan het werk	32	36
Ik vind het verspilling van tijd want het zal mijn kansen op de arbeidsmarkt niet verhogen	2	2
Ik mis persoonlijke begeleiding in de meeste opleidingen	9	5
Ik mis flexibiliteit in de manier waarop de opleiding georganiseerd is	11	7
Ik kan het me financieel niet veroorloven	25	28
Ik heb zorgverantwoordelijkheden (bv. oppas kinderen,...) die niet te combineren zijn met het volgen van een opleiding	4	6
Ik zoek een opleiding specifiek rond en vind dit niet	2	4
Ik heb voldoende kwalificaties en heb geen opleiding meer nodig	4	0
Ik vind een opleiding niet te combineren met de zoektocht naar werk	9	10
Ik vind een opleiding niet te combineren met mijn privé-leven	5	7
Ik ben genoeg naar school gegaan en ben al het schoolse beu	7	6
Mijn taalcapaciteiten schieten (nog) te kort om goed opleiding te kunnen volgen	3	6
Een motivatiebrief/CV schrijven voor een opleiding zie ik niet zitten	5	7
Een opleiding bij de VDAB zie ik niet zitten (bv. omdat dit een te grote organisatie is, omwille van de link met de RVA, of andere redenen.....)	1	2
Een (te grote) module die niet rechtstreeks verband houdt met de latere job lijkt me niet relevant en ik wil daar liefst geen tijd aan besteden	6	2
Eerst naar een infosessie gaan vind ik te omslachtig	2	2
Als er een infosessie is moet je je gemakkelijk kunnen inschrijven voor de infosessie, bv. niet door een mail maar bv. door reply op sms of knop op de website	5	3
Als de toelating tot de opleiding met selectietests en –gesprekken is doe ik niet mee want ik vrees dat ik het dan toch niet haal	7	9
Je moet je gemakkelijk kunnen inschrijven voor de opleiding, bv. door op een (virtuele) knop te drukken op een website of een gewone reply op een sms-je, zonder fysiek naar een infosessie te moeten gaan	6	4
Ik zie/zag de tijd als werkzoekende eerder als vrije tijd/tijd voor familie of andere zaken voor ik begin te werken	3	5
Andere	6	8
Geen	19	17
Aantal respondenten	540	126

Het is wel vermeldenswaard dat 22 percent van de jongeren, en zelfs 29 percent van de laaggeschoolden onder hen, aangeeft dat ze nergens een opleiding vinden die aan hun verwachtingen voldoet. Dit “vindprobleem” kan zich situeren op zowel het niveau van de jongere (weet niet waar en hoe te zoeken, heeft bepaalde verwachtingen naar opleiding toe die hij niet in de bestaande –en vindbare-opleidingen terugvindt) maar ook op het niveau van de opleider (zie 5.2.8. Informatieele factoren).

5.2. Kenmerken van de opleiders

5.2.1. Inhoud en derde pijler

De inhoud van een opleiding is als het ware de kern van een opleiding. Bij de antwoorden op de open vraag naar wat aantrok in vroeger gevolgde opleiding(en) vinden we dan ook heel sterk dat dit de inhoud van de opleiding is of de job waartoe deze opleiding leidt. Verder werden ook de verhoogde kans op het vinden van (beter) werk (door het behaalde diploma, stage/praktijkervaring, nieuwe/aanvullende vaardigheden) en de talen die in de opleiding werden aangeboden als aantrekkingskracht vermeld.

- “Administratief bediende omdat het een knelpuntberoep was(is)=>werkgelegenheid”
- “Administratie vind ik leuk om te doen”
- “Betere kwalificatie halen om beter werk te vinden en snel aan werk te geraken”
- “Bijleren en een extra waarde aan de CV”
- “Bijleren, kunnen gebruiken om meer passende jobs te vinden”
- “Je kon veel bijleren over bureautica en communicatie in Engels en Nederlands”
- “Meer werkmogelijkheden en pluspunten voor op de CV. Meer training in het communicatieve”
- “De kans om iets meer te bereiken”

De deelnemers van de Cevora jongerenopleidingen, gaven dezelfde redenen weer voor de keuze van de opleiding: de inhoud (administratie/andere technische kennis, bureautica, talen), de stage, gebrek aan ervaring/diploma overbruggen (=>getuigschrift), kans op tewerkstelling:

- “Ik heb geen diploma en wou een administratieve richting uit en dat is moeilijk zonder enige ervaring”
- “De stage sprak mij het meeste aan”
- “Extra kennis opdoen en jonge groep”
- “Goed gedefinieerde skills die nuttig zijn hebben mij overhaald om deze opleiding te volgen”
- “Het is een soort specialisatie van wat ik al kon. Mijn kennis is uitgebreider geworden en heb ook de documenten om deze kennis te staven (opleiding had moeilijker gemogen)”
- “Ik was nog niet zelfzeker om aan een job te beginnen. Ik was nog niet klaar voor de arbeidsmarkt”
- “Ik zocht een opleiding om mijn gebrek aan ervaring binnen de administratie te overbruggen. Bovendien sprak het lesgedeelte dans mij ook enorm aan”
- “Kans op job”

Wat opmerkelijk is (zie Tabel 2), is dat slechts de helft van de respondenten (52%) expliciet aangeeft dat een reden voor het volgen van opleiding het interessant vinden van de opleiding is. Vooral het feit dat een opleiding de kansen verhoogt tot tewerkstelling wordt als reden tot opleiding beschouwd. Dus opleiding wordt misschien eerder gekozen als een middel dat toegang verleent tot de arbeidsmarkt dan om de precieze inhoud, wat één van de respondenten uitdrukt als volgt:

“Zekerheid naar werk, vlugger hogerop geraken, niet moeten beginnen met een klotejob en een laag loon. Algemeen stelt die opleiding niet veel voor aangezien er gedoceerd wordt met dezelfde boeken die ik gebruikt heb in de humaniora, zogezegd op een hoger niveau”

Omdat de verhoging van de tewerkstellingskansen zo sterk speelt in de keuze van een opleiding is het belangrijk te weten wat de potentiële deelnemers van een opleiding ervaren als een gemis om snel werk te vinden, om daarmee de inhoud van de opleiding mee vorm te geven.

Tabel 5 toont dat vooral de mogelijkheid “Andere” werd gekozen. Verder zien we ook dat het hoe en waar werk zoeken vooral voor de laaggeschoolde jongeren nog voor bijna één op vijf jongeren een probleem vormt. Assertiviteit en sollicitatietraining worden ook door meer dan één op tien als een gemis ervaren. Iemand vermeldt het ook als aantrekkingskracht van een opleiding:

“Ik heb meer geleerd over wat je wel en niet kan doen op een sollicitatiegesprek”

Tabel 5: Kennis die jongeren ervaren als een gemis om snel werk te vinden

	% geeft dit aan als een gemis	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Technische kennis	10	11
Bureautiekennis (Word, excel,...)	8	10
Sociale vaardigheidstraining	8	8
Communicatietraining	11	11
Sollicitatietraining	12	13
CV opstellen	4	6
In team werken (groepsdynamica)	3	4
Zelfstandig kunnen werken	5	6
Weten hoe en waar werk te zoeken	14	18
Assertiviteit	15	12
Imago/attitude training	6	5
Andere	29	28
Aantal respondenten	540	126

Onder de “Andere” zaken die men mist om snel werk te vinden komt, behalve technische kennis rond een deel van vakken/beroepen, het gebrek aan ervaring of het feit dat men geen, of niet het juiste, diploma heeft heel sterk naar voor. Ook talenkennis, vooral van Frans, wordt als een gemis geduid. Diploma en ervaring zijn de voornaamste zaken die door de laaggeschoolde respondenten worden vermeld onder “andere”.

Deze wens om ervaring op te doen vinden we ook terug in Tabel 2 waar “ik ben meest geïnteresseerd in een opleiding met stage om zo ervaring op te doen” door een derde van de respondenten wordt aangehaald als reden om opleiding te volgen. Uit de antwoorden van sommige respondenten op wat hen aantrok in een vorige opleiding kwam de stage zelfs expliciet als aantrekkingskracht naar voor:

“Dat er een stage kwam, waardoor ik veel op de vloer kon leren”

“De opleiding was heel praktijkgericht en 6 weken stage vond ik zeer goed aangezien je dan pas kan zien of de job iets voor jou is of niet. En door middel van een stage heb je ook direct de kans om u te bewijzen op de werkvloer”

Uit Tabel 6 merken we een zekere preferentie voor opleiding in generieke kennis eerder dan tot een specifieke job: één op drie (32%) van de respondenten vindt dat de opleiding niet te eng tot één soort job mag leiden terwijl slechts één op vier (24%) vindt dat de opleiding moet leiden tot één soort job.

De “alternatieve” module met bv. dans of sport komt niet als een extra aantrekkingskracht naar voor met slechts zes percent die hierdoor bekoord kan worden. Bij het evalueren van de aankondiging voor Commercieel Administratief Bediende (zie verder) twijfelt een vierde (24% en 27% bij de laaggeschoolde jongeren) over het uiten van zijn interesse (via contactname met de contactpersoon) omdat het element “dans” afschrikt.

Uit de evaluaties door deelnemers²³ achteraf (evaluaties uitgevoerd door Cevora zelf) bleek uit de reacties op de derde pijler dat het niet enkel als aantrekkingskracht zijn doel bleek te missen maar ook naar inhoud niet zo positief werd ervaren. Er kwam vooral de opmerking dat de derde pijler niet aansloot bij de opleiding of de job. Soms werd het element groepsdynamica als te langdradig beschouwd. Anderen vonden het meer een groepstherapie.

5.2.2. (Commercieel/Administratief) Bediendenberoep

Cevora is natuurlijk, wat de inhoud van de opleiding betreft, gebonden aan het aanbieden van opleidingen tot bediendenprofielen binnen haar sector. Daarom peilden we ook naar de aantrekkelijkheid van een bediendenprofiel, en specifiek naar een commercieel/administratief profiel, waarvan door de medewerkers werd aangegeven dat dit niet zo populair is bij jongeren.

In de vraag rond welk statuut hun voorkeur genoot vonden we dat 82 percent van de respondenten een voorkeur heeft voor het bediendenstatuut. Daarenboven geeft 88 percent (en 86% van de laaggeschoolde jongeren) aan dat hij of zij zichzelf best wel een bediendenberoep zou zien uitoefenen dus het feit dat de Cevora opleidingen naar een bediendenberoep leiden zou geen belemmering mogen vormen om aan de opleiding deel te nemen, noch lijkt de groep die door VDAB aangeschreven werd verkeerd samengesteld.

Bij de vraag wat er als aantrekkelijk aan een bediendenberoep wordt gezien, antwoorden de jongeren vaak dat ze houden van het administratieve, en van het werken met papieren of de computer of dat ze het sociale contact of het kunnen helpen van mensen tijdens de job aantrekkelijk vinden. Naast het inhoudelijke, antwoordt ook een deel dat ze een bediendenberoep aantrekkelijk vinden omwille van de (betere) arbeidsvoorwaarden: “de (vaste) uren”/“9-to-5 job”, “het vaste (en hogere) loon”, “omdat het geen (fysiek) zware job is”, het algemeen “betere voorwaarden of een beter statuut biedt” of “een grotere kans biedt op een job” ten opzichte van een arbeidersstatuut of zelfstandig ondernemer zijn.

Wat er als onaantrekkelijk wordt gezien aan een bediendenberoep is dat mensen net niet een 9-to-5 job willen, geloven dat het saai is, geloven dat ze er niet genoeg capaciteiten of diploma's voor hebben, dat ze liever technisch of handenwerk doen, dat er niet genoeg beweging is in een bediendenjob (“bediendes blijven vaak op dezelfde locatie, meestal zelfs achter hun bureau”).

²³ Cfr. “Samenvatting evaluaties door deelnemers” mail medewerker Cevora ontvangen op 22/11/2012.

Er werd ook gevraagd welke termen de jongeren associeerden met een opleiding tot/job als commercieel administratief bediende. Hier werden uiteenlopende antwoorden op gegeven zoals: "iemand die veel moet praten, uitleggen", "9 to 5 job", "aan bureau werken", "veel papier/papierwerk (administratie/facturatie)", "elke dag hetzelfde", "achter een pc zitten", "een verkoper", "de hele dag telefoontjes aannemen (achter een kassa/aan een loket)", "goedkope boekhouder", "administratie gecombineerd met verkoop", "je hebt veel communicatietalenten nodig", "administratie, beginners, verkoop", "commercieel zijn, kunnen verkopen, goed kunnen praten, mensen overtuigen", "administratief, werken met pc, sociaal, communicatief, talen, bureauwerk, veel afwisseling, teamwerk, vergaderingen".

Het is opvallend dat er zowel afwisseling als eentonigheid met de job van commercieel administratief bediende wordt geassocieerd. Het wordt ook zowel met een beginners- of gemakkelijke job geassocieerd als met een job waar je toch veel (communicatie/pc/...)vaardigheden voor nodig hebt. Het wordt ook vrij veel met verkoop(stalenten) geassocieerd. Voor 32 percent van de respondenten lijkt dit (=Commercieel administratief bediende) een aantrekkelijke job en voor 68 percent niet. Een deel van de onaantrekkelijkheid ligt vermoedelijk in het maken van de verkeerde associaties vooral door de term "commercieel" en een ander deel in het niet duidelijk zijn van waar de opleiding toe leidt, zoals de antwoorden van sommige respondenten doen vermoeden:

"Het lijkt me niet aantrekkelijk omdat 'commercieel' volgens mij verkoopstechnieken vraagt en daar ben ik niet gemotiveerd voor"

"Omdat commercieel me afschrikt"

"Omdat het woord 'commercieel' voor mij een negatieve bijklank heeft"

"Omdat ik anti-commercieel ben"

"Omdat ik commercieel niet sterk ben"

"Omdat ik liever niet als secretaresse aan de slag wil"

"Omdat ik niet graag sales doe"

"Omdat ik geen idee heb waar het over gaat"

"Omdat ik geen idee heb wat voor soort job dit is"

"Omdat het een veel te vage omschrijving is"

"Omdat ik het te onduidelijk vind"

Ook het saaie/niet-afwisselende, niet achter een bureau willen zitten, niet-creatieve komt heel sterk naar voor als reden voor de onaantrekkelijkheid van deze job maar ook deze associaties zijn daarom niet altijd juist.

De associaties die werden gemaakt bij "commercieel administratief bediende" door de laaggeschoolde respondenten hielden toch ook in dat ze denken dat het iets is dat niet voor hen weggelegd is, zoals blijkt uit de citaten:

"Dat je computerkennis nodig hebt zoals excel, word, ..."

"Dat ze een diploma vragen, wat ik niet heb"

"Dat ze al redelijk wat verwachten van u dat je al veel kan zonder u vaak erin op te leiden"

"Tamelijk hoog geschoold".

Dus de oorspronkelijke doelgroep voelt zich door de aankondiging niet aangesproken. In de aankondiging moet daarom meer nadruk gelegd worden op het feit dat er geen diploma vereist is.

5.2.3. Opleidingsvorm en organisatie

Opleidingen moeten niet alleen een relevante inhoud bieden maar ook flexibel aangeboden worden zowel wat betreft de praktische kant (bv.tijdstip, locatie) als de vorm waarin ze aangeboden worden. Een cursus kan bijvoorbeeld opgedeeld worden in modules waarbij cursisten een aantal modules kunnen volgen eerder dan de hele opleiding (EUROFOUND, 2012, p130).

Tabel 6: Aantrekkelijke kenmerken van een opleiding

	% jongeren vindt dat de uitspraak past	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Liever kortere dagen (bv.halve dag) en langere duurtijd	36	37
Het moet gratis zijn	42	48
Zo interactief mogelijk	39	32
Andere locatie dan in een klassieke lesruimte	19	21
Ik wil best van thuis uit (online) opleiding volgen	32	28
Ik wil uitdagingen en taken mee naar huis	27	25
Met een individuele trajectbegeleider	25	25
Gemakkelijk bereikbaar met het openbaar vervoer	47	47
Met infosessie vooraf waar uitleg wordt gegeven over de opleiding	51	48
Met financiële tegemoetkomingen voor transport/lunch/kinderoppas zijn	31	28
Zo alternatief mogelijke onderwijsvorm	7	6
Liefst enkel met leeftijdsgenoten	12	15
Er wordt op een dynamische manier lesgegeven	42	30
De opleiding leidt tot één soort job, en welke job moet duidelijk zijn uit de naam van de opleiding	24	25
De opleiding mag niet te eng aan één soort job verbonden zijn, ik wil er alle kanten mee op kunnen	32	29
De opleiding bevat een “alternatieve” module zoals bv. dans, sport...	6	6
De opleiding bevat een module rond training van sociale vaardigheden (met bv. groepsdynamica)	18	14
Andere	4	2
Aantal respondenten	540	126

Aantrekkelijke kenmerken aangeduid door de respondenten (Tabel 6) zijn bijvoorbeeld de gemakkelijke bereikbaarheid met het openbaar vervoer (47%), zo interactief mogelijk (39%; 32% laaggeschoolde jongeren), dynamische manier van lesgeven (42%; 30% van de laaggeschoolde jongeren), liever kortere dagen en langere duurtijd (36% - 37%)²⁴. Hoewel enerzijds het interactieve en dynamische wel wordt geapprecieerd door de respondenten, moet anderzijds de onderwijsvorm niet “zo alternatief mogelijk” zijn. Dit laatste wordt slechts als aantrekkelijk beschouwd door minder dan zeven percent van de respondenten.

5.2.4. Aankondiging en titel van de opleiding

De inhoud van de aankondiging en de vorm en stijl ervan zijn uiterst belangrijk daar zij het eerste contact tussen de potentiële cursist en de opleiding vormen en zodoende een grote invloed hebben op of de potentiële cursist zich niet alleen aangetrokken, maar ook aangesproken voelt (zie bvb. uitspraken door laaggeschoolde respondenten bovenvermeld).

²⁴ Hiertegenover staat wel een maximum van 6 maand of minder dat wordt aangegeven door 34 percent van de jongeren. Slechts 52% ziet een looptijd langer dan zes maand zitten: 28% antwoordt meer dan 6 maand maar maximum 12 maand, en hier antwoordt 24% meer dan 12 tot vijf jaar. De percentages tellen niet op tot 100% omdat een aantal respondenten niets ingevuld hebben op deze vraag.

Aan de jongeren werd de aankondiging voor Commercieel Administratief Bediende met dans getoond (Figuur 1) en gevraagd om hun mening te geven over deze aankondiging. Hierop zegt slechts 17 percent (18% laaggeschoolden) dat ze zonder twijfels de contactpersoon bij de VDAB zouden contacteren, 51 percent (60% laaggeschoolden) is geïnteresseerd maar zou toch twijfels hebben in eerste instantie en 32 percent beweert dat ze totaal niet in deze opleiding geïnteresseerd zou zijn (slechts 22% van de laaggeschoolde jongeren is totaal niet geïnteresseerd). Voor de twee laatste groepen vinden we een overzicht van hun twijfels in Tabel 7.

Figuur 1: Aankondiging opleiding Commercieel Administratief Bediende met dans

spring eruit i

en school je om tot
commercieel bediende!

Wil je op een **creatieve & dynamische manier** tot een
commercieel administratief bediende omschoold
worden?

Ben je op zoek naar een **uitdagende en afwisselende
job als bediende**? Via deze **praktijgerichte opleiding**
bereiden we je met een knipoog op korte tijd voor op
een toffe job.

PROGRAMMA
PC-vaardigheden, talen, sollicitatietraining, communicatieve,
administratieve en commerciële vaardigheden, een **intensieve
begeleiding naar de juiste job** en uiteraard ook 'urban' danslessen
onder leiding van de lesgevers van Let's go urban!

MOVE YOUR *!**
Heem snel contact op met Hans
Meul van VDAB op het nummer
05-202 14 13 of stuur een mail
naar hans.meul@vdab.be

JUMP AROUND
Of kom een kijkje nemen tijdens
een van onze **Infomiddagen** in
de stad en maak zo kennis met
de opleiding en 'urban' dans.

15/09 Meir Antwerpen
(Wapper)
van 14h tem 16h
22/09 Shopping center
den Tir
van 14h tem 16h
29/09 Centraal Station
Antwerpen
(Astridplein)
van 14h tem 16h

Er zijn ook infosessies gepland
op 29 september en op 6 en 13
oktober in de lokalen van VDAB
Antwerpen, Provinciestraat
211-215, 2018 Antwerpen.

LET'S GO URBAN!
Jobber is een initiatief van

CEVRA
samen sterk voor werk

VDAB

Het gebrek aan informatie komt sterk naar voor: 37 percent twijfelt omdat hij zich niet goed kan voorstellen wat de opleiding precies inhoudt, 24 percent omdat hij er niet genoeg informatie over vindt en 32 percent omdat hij zich niet kan voorstellen tot welk soort job de opleiding zal leiden (de percentages liggen nog iets hoger bij de laaggeschoolde groep niet-deelnemers).

Tabel 7: Twijfels bij het opmerken van de aankondiging

Beschrijving twijfels	% jongeren met twijfel	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Ik twijfelde omdat ik me niet goed kon voorstellen wat de opleiding zou inhouden	37	43
Ik twijfelde omdat ik niet genoeg informatie over de opleiding vond	24	26
Ik twijfelde omdat ik me niet meteen kon voorstellen tot welke job de opleiding zou voeren	32	37
Ik twijfelde omdat men eerst naar een infosessie moest gaan	9	13
Ik twijfelde omdat ik motivatie en CV moest sturen	6	9
Het was me eerst niet duidelijk hoe ik me kon inschrijven voor de opleiding	3	3
Het was me niet duidelijk tot welk soort job de opleiding zou leiden	11	11
Het alternatieve element “dans”/“groepsdynamica” schrok me eerst wat af	24	27
Ik twijfelde omdat de opleiding enkel gemikt was op jongeren	6	7
Ik twijfelde omdat ik me via een grote organisatie (VDAB) moest inschrijven	2	4
Ik twijfelde omdat het opzet me nogal klassiek, schools overkwam	7	12
Ik twijfelde omdat de job titel me niet direct aansprak	26	17
Ik twijfelde omdat de uitkering die men tijdens het volgen van opleiding krijgt, te laag is	4	5
Ik twijfelde omdat ik eigenlijk liefst zo snel mogelijk aan het werk wil	15	14
Ik vroeg me af of het volgen van de opleiding me wel betere kansen op de arbeidsmarkt zou geven	12	16
Ik vroeg me af of ik de opleiding wel aan zou kunnen	8	10
Ik twijfelde omdat mijn ouder(s) liever wil(len) dat ik ga werken in plaats van opleiding te volgen	3	5
Ik twijfelde omdat ik wil genieten van een periode als werkloze	0	0
Ik twijfelde tussen het volgen van deze of een opleiding bij een andere aanbieder van opleidingen	4	5
Andere twijfel	17	11
N	451	104

Een vierde (26%) van de jongeren beweert te twijfelen omdat de jobtitel niet aanspreekt en een vierde (24% en 27% bij de laaggeschoolde jongeren) twijfelt omdat het element “dans” afschrikt.

Tabel 8: Aantrekkingskracht in de aankondiging

Beschrijving aantrekkingskracht	% jongeren vindt dit een aantrekkingskracht	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
De aankondiging zag er jong en dynamisch uit	70	63
De opleiding was specifiek voor jongeren	30	34
Er zat eens iets nieuws in (namelijk het element “dans” of “groepsdynamica”)	20	12
Deze opleiding leek minder klassikaal of schools te zijn dan andere opleidingen	26	27
Het was heel duidelijk tot welk soort job de opleiding zou leiden	21	21
Er was een infosessie voorzien	18	17
Andere ^a	6	2
N	540	126

^a Als “andere” werd vermeld dat de stage als aantrekkingskracht had gewerkt of dat de aankondiging aansprak omwille van het nieuwe (Cevora deelnemers). Bij de niet-Cevora deelnemers zien we bvb: de duur, de inhoud is breed en nuttig, duidelijke vermelding van contactgegevens, je krijgt een opleiding specifiek voor de functie.

In Tabel 8 vinden we een overzicht van wat de respondenten aantrekkelijk vonden in de aankondiging. 70 percent vindt dat de aankondiging er jong en dynamisch uitziet, maar dit ligt iets lager bij de laaggeschoolde jongeren waar 63 percent het een jonge en dynamische aankondiging vindt. Na het jonge en dynamische uitzicht komt het feit dat de opleiding enkel voor jongeren bedoeld is op de tweede plaats van aantrekking (aangeduid door 30% van alle en zelfs 34% van de laaggeschoolde jongeren). Op de derde plaats vinden we toch ook dat de aankondiging het gevoel geeft dat de opleiding minder klassikaal of schools lijkt wat door één op vier wordt aangeduid.

Het “alternatieve element” lijkt als aantrekking minder sterk dan gehoopt, vooral bij de laaggeschoolde doelgroep. Eén op vijf jongeren vindt dit een aantrekkelijk element maar bij de laaggeschoolde groep ligt de aantrekking toch nog een stuk lager (12%).

5.2.5. Infosessie

De infosessie is typisch voor de Cevora opleidingen. Omdat ze wordt vermeld op de aankondiging werd ze ook mee in de evaluatie opgenomen daar ze als mogelijke drempel zou kunnen werken als jongeren de tijds- en transportinvestering als een drempel zien. We vinden echter het tegenovergestelde, namelijk dat de infosessie eerder als een trekpleister werkt. Het wordt door de helft van de jongeren aangegeven als een pluspunt (Tabel 6) en slechts 2% zou het te omslachtig vinden hiernaartoe te gaan (Tabel 4).

Als aan de jongeren wordt gevraagd of ze naar de infosessie zouden gaan van een opleiding die hen aanspreekt, antwoordt 90 percent positief. De redenen waarom de respondenten naar een infosessie zouden gaan worden voorgesteld in Tabel 9. De jongeren zouden naar een infosessie gaan vooral om meer te weten te komen over de inhoud van de opleiding (94%), de job waartoe de opleiding leidt (72%) en de tewerkstellingskansen na de opleiding (59%). Ongeveer de helft wil ook meer te weten komen over de manier waarop er les gegeven wordt, de locatie waar de lessen doorgaan en welke financiële tegemoetkomingen er zijn.

Als redenen voor het niet willen bijwonen van een infosessie worden toch vooral het tijdsaspect vernoemd (49% antwoordt dat hij geen tijd hiervoor heeft) en dat de nodige informatie beter op de website zou toegankelijk worden gemaakt (36%). Bij de laaggeschoolde jongeren wordt ook vernoemd dat dit een nogal omslachtige manier is om zich kandidaat te stellen voor een opleiding (vernoemd door 33%=vier van de 12 laaggeschoolde respondenten die niet naar een infosessie zouden gaan).

Om nog meer geïnteresseerden de infosessie te doen bijwonen (“waar je ze dan warm kan maken voor een opleiding”, zoals het werd verwoord door één van de medewerkers) zou ook aan een “jongere” versie kunnen gedacht worden door de formule of locatie te wijzigen. Bijvoorbeeld in Adventure@Work (2004, FIND, p6) is er een *hop-inn* voorzien: bij de hop-inn krijgen ze bepaalde tijdstippen om binnen te springen en persoonlijk vragen te stellen. Misschien is een andere benaming zoals “info-hop-inn” of “infolounge” aantrekkelijker, drempelverlagender voor jongeren.

Tabel 9: Redenen waarom wel of niet infosessie bijwonen

	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
<i>Redenen waarom wel infosessie bijwonen</i>		
Ik wil meer te weten komen over de inhoud van de opleiding	94	86
Ik wil meer te weten komen over de job waartoe de opleiding leidt	72	68
Ik wil meer te weten komen over de manier van les geven	48	42
Ik wil meer te weten komen over de locatie waar de lessen doorgaan	47	42
Ik wil meer te weten komen over de bereikbaarheid van de leslocaties	38	38
Ik wil meer te weten komen over welke financiële tegemoetkomingen er zijn	46	46
Ik wil meer te weten komen over tewerkstellingskansen na de opleiding	59	52
Ik ga enkel om me kandidaat te stellen voor de opleiding	2	3
Ik wil zien welke mogelijke deelnemers voor de opleiding er zullen zijn	12	11
Ik wil de sfeer rond de opleiding kunnen ondervinden voor ik eraan begin	29	21
Ik hoop dat er ex-deelnemers zijn die iets komen vertellen over hun ervaring met de opleiding/job waartoe de opleiding leidt	23	18
Andere reden waarom wel	0	0
N	487	114
<i>Redenen waarom niet infosessie bijwonen</i>		
Geen tijd om infosessie bij te wonen	49	42
Ik vind niemand die mijn zorgverantwoordelijkheden gedurende de duur van de infosessie kan overnemen	0	0
Dit is een nogal omslachtige manier om mij kandidaat voor een opleiding te stellen	23	33
Het is een te grote financiële investering (verplaatsingskosten, tijd, (kinder)oppas,)	13	0
Al de informatie die op de infosessie gegeven wordt, zou beter op de website toegankelijk gemaakt worden	36	25
Andere reden waarom niet	15	17
N	53	12

We zien ook dat 25 percent van de respondenten enkel naar een virtuele infosessie zou gaan omdat dit tijd- en kostenbesparend is (bv. geen verplaatsing, geen oppas zoeken) en “gemakkelijker”: bv. men kan het bestuderen wanneer het past, op eigen tempo, alles kan gedetailleerder/duidelijker getoond worden, men kan de site verlaten van zodra men ziet dat dit niets voor hem/haar is, het is een lagere drempel, je kan dan meerdere infosessies bijwonen, etc. De virtuele infosessie lijkt vele voordelen te bieden maar toch zou 43 percent enkel de traditionele infosessie bijwonen omwille van het meer persoonlijke karakter, je zo makkelijker vragen kan stellen/is interactiever (en je daarbij ook de vragen en antwoorden van de andere kandidaten kan horen), een anti-internet/virtueel/online (angst)gevoel, de sfeer van de opleiding kan al eens opgesnoven worden, men dan de bereikbaarheid en de locatie al eens kan verkennen, ...

5.2.6. Testen en motivatiegesprekken

Aansluitend bij de infosessie kan men zich kandidaat stellen en deelnemen aan een aantal niet-uitsluitende, adviserende testen. Zo snel mogelijk daarna worden alle kandidaten die hebben deelgenomen aan de testen, uitgenodigd voor een motivatiegesprek. Er werd door de medewerkers al aangegeven dat dit jonge kandidaten niet afschrikt en we vinden in de enquête ook geen indicatie dat deze procedure als een onoverkomelijke drempel zou kunnen werken bij de respondenten.

In Tabel 4 werd slechts door vijf percent van de jongeren (7% van de laaggeschoolde jongeren) aangeduid dat ze het schrijven van een CV/motivatibrief voor een opleiding niet

zien zitten. Ook de twijfel om te reageren op een aankondiging (Tabel 7) kan niet sterk gelinkt worden aan het sturen van een CV of motivatiebrief (6% van alle en 9% van de laaggeschoolde jongeren geeft dit aan als reden voor hun twijfels).

Bij slechts een kleine groep jongeren kunnen we vermoeden dat het mogelijks deze selectieprocedure is die hen heeft verhinderd om deel te nemen aan de opleiding: ongeveer één op tien respondenten (algemeen 12%; laaggeschoolden 11%) geeft aan dat “testen en motivatiegesprekken schrikken me zodanig af dat ik het zou laten om me kandidaat te stellen”. 31 percent beweert dat het wel afschrikt maar toch niet in zulke mate om zich niet kandidaat te stellen. Bij 26 percent van de respondenten schrikt deze manier van selecteren niet af en 19 percent is er zelfs voorstander van omdat je dan in een groep echt geïnteresseerde en gemotiveerde deelnemers terechtkomt. Volgens deze observaties hoeven selectietesten en motivatiegesprekken dus niet als drempel tot de opleiding gezien te worden.

5.2.7. Jongerenopleiding

Door de medewerkers werd gesuggereerd dat het idee van een jongerenopleiding misschien overbodig was daar er een betere dynamiek heerst in leeftijdsgemengde groepen en beide mekaar positief kunnen beïnvloeden: de jongeren leren bvb. van de ouderen dat bepaalde attitudes die jongeren mogelijks aannemen tijdens de opleiding, niet geapprecieerd zullen worden op de latere werkvloer.

Uit de resultaten van de enquête kan dit echter niet bevestigd worden. In Tabel 2 rond de redenen voor het volgen van opleiding vinden we weinig bijval voor de uitspraak “Ik hoop in een opleiding van oudere deelnemers te kunnen leren”: slechts negen en zeven percent van de totale groep jongeren respectievelijk de laaggeschoolde jongeren antwoordt dit.

Verder vonden we in wat vooraf kwam (aantrekkingskracht van de aankondiging, Tabel 8) ook bijval voor opleiding specifiek gericht op jongeren (door één op drie respondenten als aantrekkelijk aangeduid) en dit feit voedde zeker niet de twijfel over het al dan niet reageren op de aankondiging (in Tabel 7 zagen we dat slechts 6% van alle en 7% van de laaggeschoolde jongeren beweren dat ze zouden twijfelen omdat de opleiding enkel gemikt was op jongeren).

5.2.8. Informationele factoren

Onder de informationele factoren bespreken we de bekendheid van de opleider en de informatiekanalen gebruikt om de aankondiging te verspreiden.

Bekendmaking: kanalen

Ongeveer vier vijfde van de respondenten (78% jongeren; 83% van de laaggeschoolde jongeren) antwoordt dat hij of zij bewust naar opleidingen zoekt (of in het verleden heeft gezocht). In Tabel 10 wordt getoond via welke kanalen deze respondenten naar opleidingen zoeken en via welk kanaal ze al effectief een opleiding hebben gevonden. Tabel 11 toont een

samenvatting van de antwoorden op de open vraag via welk kanaal de aankondiging van een opleiding het meeste kans heeft door de jongeren opgemerkt te worden. De open vraag werd toegevoegd om te vermijden dat we sommige kanalen over het hoofd zouden zien in Tabel 10.

Tabel 10: Kanalen gebruikt om opleidingen te zoeken/vinden

Kanalen voor het zoeken/vinden van opleidingen	Gebruikt om te zoeken (%)		Effectief gevonden via (%)	
	Alle jongeren (1)	Laaggeschoolde jongeren (2)	Alle jongeren (3)	Laaggeschoolde jongeren (4)
Internet				
Internet jobsites (VDAB, Jobber, Stepstones ...)	72	77	33	37
Internet sociale netwerk sites (Facebook, LinkedIn, ...)	7	7	1	1
Internet website specifieke opleiders	36	29	19	13
Internet andere (welke?) ^a	8	7	5	6
Twitter	0	0	0	0
Media				
Radio	1	0	0	0
TV	1	1	0	1
Krant (welke?) ^b	2	1	0	0
Gratis kranten (welke?) ^b	2	2	1	1
Acties				
Flyers	10	6	3	0
Jobbeurs	2	1	0	0
Evenementen (welke?)	0	0	0	0
Formele ondersteuning zoektocht				
VDAB Werkwinkel	25	27	9	10
Via trajectbegeleider	8	5	4	5
Via vroegere school/leerkrachten	4	4	2	2
Informeel sociaal netwerk				
Ouders	6	8	2	3
Andere familieleden	6	5	2	2
Vrienden/kennissen	16	18	6	6
Andere	3	4	6	9
Aantal respondenten	423	104	421	103

^aInternet: Google, ATEL, avondscholen, volwassenenonderwijs, CVO, hogescholen, Syntra; ^bKrant/Gratis krant: Het Belang van Limburg, Metro, Syntra opleidingskrant, De Streekkrant.

We zien dat internet het belangrijkste kanaal voor de jongeren is om naar opleidingen te zoeken, en dan vooral via jobsites (door 72 % van alle en 77% van de laaggeschoolde jongeren gebruikt) en in mindere mate de websites van opleiders (door respectievelijk 36 en 29%). De VDAB werkwinkel lijkt toch ook door ongeveer een vierde van de respondenten gebruikt te worden om opleidingen te zoeken (25 en 27%). Een toch ook niet te verwaarlozen kanaal is het informele sociale netwerk vooral onder de vorm van vrienden en kennissen dat door 16 percent van de jongeren wordt aangegeven als zoekkanaal voor opleidingen en door 18 percent van de laaggeschoolde jongeren.

Betreffende het effectief vinden van opleidingen vinden we dezelfde volgorde terug: jobsites, websites opleiders en VDAB werkwinkel (en in mindere mate het informele sociale netwerk). We merken bij alle kanalen wel een grote discrepantie tussen zoeken en effectief vinden van een opleiding.

Waar het informele sociale netwerk de respondent wel in beperkte mate lijkt te helpen in het zoeken of opmerkelijk maken van opleidingen, leidt dit kanaal niet vaak tot het effectief vinden van een geschikte opleiding. Het is heel opmerkelijk dat het informele sociale netwerk bij het zoeken naar opleidingen veel minder wordt gebruikt dan bij het zoeken naar werk (zie Tabel B13) waar ongeveer 46 percent van de respondenten het als zoekkanaal vermeldt. Zo komt het samen met de websites van specifieke werkgevers als het derde belangrijkste zoekkanaal naar werk voor, na de internet jobsites en de VDAB werkwinkel. Betreffende het effectief vinden van werk komt het zelfs op de tweede plaats, na de jobsites maar voor de VDAB.

Behalve via de kanalen zoals gepresenteerd in Tabel 10 kunnen kandidaten ook opmerkelijk gemaakt worden op een opleiding door bvb. mail-, telefoon-, smsacties of straatacties en andere evenementen georganiseerd door de opleider. In Tabel B14 in bijlage 2 presenteren we alle mogelijke kanalen om opleidingen te vinden, zowel deze die door de respondenten bewust gebruikt werden voor het zoeken naar opleidingen als deze via dewelke ze mogelijk onbedoeld een opleiding hebben gevonden. Daarbij tonen we ook hoe de respondenten de opleiding waaraan ze eventueel ten tijde van de enquête deelnamen effectief hadden gevonden.

Mail is het grootste kanaal volgens hetwelk de jongeren ooit een opleiding hebben ontdekt (aangegeven voor 41%), gevolgd door de website van de VDAB (21%) en via brief (18%). De percentages liggen iets lager in de groep van laaggeschoolde jongeren (respectievelijk 35%, 18% en 16%).

Als we kijken naar het kanaal via welk de jongeren hun toenmalige opleiding gevonden hadden, zien we dat dit bij in de eerste plaats via de website van de VDAB gebeurde (24%), gevolgd door andere internetsites (16%) en vrienden/kennissen (16%) en mail (12%). De internetsites die worden genoemd zijn CVO, Google, Syntra en hogescholen.

Voor de groep van laaggeschoolde jongeren die in opleiding waren ten tijde van de enquête (slechts 18 observaties!) valt het op dat de websites, zowel die van de VDAB als andere internetsites, minder voorkomen als vindkanalen van een opleiding als bij de totale groep jongeren (VDAB-website: 17% tegenover 24%; Andere internetsites: 11% tegenover 16%). Het mailkanaal wordt door de laaggeschoolde jongeren dan weer iets meer aangegeven als vindkanaal van opleiding (17% tegenover 12% bij de totale groep jongeren). Het informele sociale netwerk, en dan vooral het kanaal “vrienden en kennissen”, lijkt voor deze groep opvallend veel sterker te spelen dan voor de totale groep: 33 percent van de 18 laaggeschoolde respondenten die op het moment van de survey opleiding aan het volgen waren, hadden hun opleiding gevonden via vrienden en kennissen. Voorzichtigheid is hier echter geboden daar we slechts een groep van 18 laaggeschoolde respondenten hebben die opleiding volgden.

De resultaten worden gedeeltelijk bevestigd door de antwoorden op de open vraag welke kanalen voor het aankondigen van een opleiding de grootste kans hebben om door de respondenten opgemerkt te worden (zie Tabel 11): internet lijkt niet het kanaal bij uitstek voor de jongeren. Voor deze groep zou een aankondiging via e-mail meer kans maken om opgemerkt te worden (door 37% vermeld als kanaal met de hoogste opmerkingskans). Bij de laaggeschoolde jongeren komt internet zelfs pas op de derde plaats (door 20% vermeld) na

mail (30%) en VDAB (25%). Ook het gewone postkanaal kan op enige bijval rekenen (door 8% van alle en 10% van de laaggeschoolde jongeren vermeld). Dit “traditionele” kanaal mag dus toch niet helemaal verwaarloosd worden, zoals enkele respondenten het verwoordden:

“Liever een kleurige flyer in de bus, dat valt beter op dan een e-mail”

“Via de post of een krant, omdat ik via mail deze aankondigingen meestal niet bekijk. Deze worden niet zo sierlijk/enthousiast aangekondigd dan via een flyer in de postbus”

Tabel 11: Kanaal met hoogste kans voor opmerken van een opleiding

Kanaal	% jongeren heeft dit kanaal vermeld	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Mail	37	30
Internet/google	22	20
VDAB (werkwinkel)	21	25
Brief/post	8	10
Sms	3	3
Gsm	2	1
Telefoon	4	2
Krant	6	5
Flyers	3	2
Sociaal netwerk: vrienden, kennissen of familie	2	1
Sociale netwerk sites (Facebook, LinkedIn, ...)	3	2
Volwassenonderwijs (CVO, avondscholen, Syntra,...)	2	2
Aantal respondenten	540	126

Buiten de kanalen opgesomd in Tabel 11 werden verder ook nog affiches, leerkrachten, trajectbegeleider (van de werkwinkel), (mond-aan-mond) reclame (banners)/reclameblaadjes, heel grote reclameborden, folders, specifieke winkels (bv.muziekopleiding in een muziekwinkel) of straatbeeld door een enkeling vermeld.

Het actief zoeken naar een opleiding gebeurt vaak niet alleen door de jongere: 25 percent van de jongeren antwoordt dat hij bij het zoeken naar opleiding wordt geholpen, meestal door familie of vrienden, of door een trajectbegeleider (vaak in VDAB verband vernoemd).

Het vinden van een opleiding lijkt niet voor iedereen een evidentie. 29 percent van de laaggeschoolden vindt nergens een opleiding (zie Tabel 4), wat kan te wijten zijn zowel aan het kanaal of de inhoud van de aankondiging dat de jongeren niet bereikt of aantrekt als aan de inhoud van de opleiding die niet strookt met de wensen van de opleidingszoekenden.

Bekendheid opleider

De bekendheid van de opleider kan mee helpen om de aankondiging te laten opmerken. Een aankondiging vangt meer opmerkzaamheid of heeft meer duurzame impact (=het wordt niet meteen vergeten) als de opleider (en zijn website) bekend is bij de potentiële cursist zodat die meteen weet waar meer informatie te gaan zoeken. Verder kan (kennis van) de website van een (door een zoekende potentiële cursist gekende) opleider dan ook meer als bewust zoekkanaal gebruikt worden. Het cruciale van de bekendheid van de opleider, of de onbekendheid die als drempel kan werken, wordt bevestigd door uitspraken in de enquête van volgende aard (als antwoord op de vraag waarom de respondent geen opleiding zou volgen bij Cevora):

“Omdat ik het niet ken”

“Omdat ik er weinig of niets van weet”

“Omdat ik geen Cevora ken”

“Omdat ik het momenteel niet ken, in de toekomst misschien wel”

“Omdat ik nog niets gehoord heb over wat ze aanbieden”

“Het is ongekend”

Wat in dit opzicht sterk opvalt uit de resultaten is de lage bekendheid of zelfs *onbekendheid* van Cevora bij de respondenten. Hoewel deze toch bijna allemaal²⁵ een aankondiging voor één van de Cevora jongerenopleidingen via de VDAB gekregen hebben in het verleden, antwoordt 86 percent dat hij/zij Cevora niet kent. Bij de laaggeschoolde jongeren is dit zelfs 90 percent. Ook de resultaten in Tabel B14 tonen deze lage bekendheid aan. Slechts één percent van de jongeren heeft ooit via de website van Jobber een opleiding opgemerkt.

Er werd aan de respondenten ook gevraagd welke zoektermen ze op internet gebruiken om naar opleidingen te zoeken. De antwoorden rond zoektermen zijn heel sterk uiteenlopend en behalve de zoektermen in de specifieke richtingen/beroepen “administratie” of “administratief bediende/medewerker (onthaal)” en andere specifieke richtingen/beroepen worden blijkbaar ook vaak de algemene zoektermen “cursus”, “(buitenschoolse) opleiding (zonder diploma)”, “volwassenonderwijs”, “volwassenopleiding” of “bediende” ingegeven.

Als de termen “opleiding administratief bediende” ingegeven worden komt Cevora pas als negende hit (op 16/11/2012) via de google zoekmachine, voorafgegaan o.a. door opleidingen bij het Centrum voor Afstandsonderwijs, de Schoonheidsschool, VDAB en Syntra. Als de zoekers alsnog tot de negende link geraken, komen ze op een deel van de website van Cevora waar ze enkel een opsomming van opleidingen vinden zonder actieve link (er kan niet meteen verder geklikt worden om een voorstelling van de opleiding te vinden). Gegeven dat internet een belangrijk zoek- en vindkanaal is voor jongeren die naar een opleiding zoeken en internet een communicatiekanaal is dat door alle respondenten gebruikt wordt, en door de meesten zelfs dagelijks (90 % van de jongeren gebruikt het dagelijks), kan de mogelijkheid onderzocht worden om door beter gerichte terminologie in de opleidingstitels de Cevora opleidingen hoger in de lijst met opleidingen te laten verschijnen en door een aanpassing van de website vervolgens de zoekers door actieve links de mogelijkheid te bieden om gemakkelijk meer informatie te bekomen over de opleiding.

5.3. Arbeidsmarkt

Arbeidsmarktdrempels kunnen minder goed getest worden, maar rond een aantal vermelde drempels proberen we wel voor- of tegenindicaties te vinden om te oordelen of ze gelden voor de respondenten. We presenteren hier ook de resultaten van de antwoorden op de vraag hoe de jongeren zichzelf op de arbeidsmarkt zien, samen met hun visie op de beeldvorming van de werkgevers. De beeldvorming van de werkgevers werkt namelijk niet als een drempel als een mogelijks negatieve visie niet bij de jongeren aldus gekend is.

De antwoorden op de stellingen “ik ben liever in opleiding dan werkloos” (Tabel 2), aangeduid door 36 percent van de jongeren en door zelfs 45 percent van de laaggeschoolde jongeren, en vooral “opleiding verhoogt de kansen op de arbeidsmarkt”, door 82 percent

²⁵ Behalve de acht respondenten uit de JES projectweek werden alle andere respondenten gerukruteerd uit de lijst van personen die door de VDAB ooit aangeschreven werden met een aankondiging van een Cevora jongerenopleiding.

van de jongeren en door 79 percent van de laaggeschoolde jongeren, suggeren dat de werkloosheidsval minder relevant is: de jongeren geloven dat opleiding hun kansen op de arbeidsmarkt kan verbeteren dus ze hebben geen pessimistische visie op het eventuele loon binnen het beroep waartoe de opleiding hen kan leiden.

Ook de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt zou een drempel kunnen vormen tot opleiding als de jongeren vinden dat scholing, en daarmee ook opleiding, hen niet degelijk voorbereidt op de arbeidsmarkt. Doch de antwoorden op de vraag “ik ben niet klaar voor de arbeidsmarkt” (zie Tabel 1), dat slechts door vier percent van de jongeren wordt aangeduid, doet vermoeden dat dit niet als een (sterke) drempel kan worden geïdentificeerd bij de respondenten.

De jongeren vinden zichzelf heel enthousiast en ambitieus (ongeveer de helft wil veel bereiken in zijn werk) – zie Tabel 1- maar slechts 35 percent van de jongeren ziet zichzelf als iemand met goede kwalificaties en dit ligt nog lager bij de laaggeschoolde respondenten (21%). We vinden dus al een vrij lage eigen-waardering wat betreft het hebben van kwalificaties. In Tabel 12 zien we geen nog meer uitgesproken negatieve visie van de werkgevers naar jongeren toe dan wat hun visie op zichzelf betreft: 29 percent van de jongeren (ook de laaggeschoolde) denkt dat de werkgevers hen als onvoldoende gekwalificeerd zien.

Tabel 12: Visie op jongerenbeeldvorming door werkgevers

Uitspraken	% jongeren vindt dat de uitspraak past	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Ze vinden mij enthousiast	42	35
Ze vinden mij leergierig	39	40
Ze vinden mij ervaren genoeg voor de jobs die ik zoek	9	8
Ze vinden mij te jong	27	27
Ze vinden mij te onervaren	58	56
Ze vinden mij niet genoeg gekwalificeerd	29	29
Ze vinden dat jongeren lui zijn	12	15
Ze vinden mij te assertief	2	1
Ze vinden dat jongeren geen initiatief kunnen nemen	12	13
Ze vinden dat jongeren niet gemotiveerd genoeg zijn	23	25
Ze vinden dat jongeren te hoge looneisen stellen	12	10
Ze vinden dat ik te veel vakantie/vrije dagen wil	7	7
Ze vinden dat ik te hoge eisen stel naar algemene werkomstandigheden	4	2
Ze vinden dat ik te hoge verwachtingen heb naar verantwoordelijkheid die ik zal krijgen	6	3
Ze vinden dat ik niet flexibel genoeg ben	8	10
Andere	7	10
Aantal respondenten	540	126

Betreffende werkervaring zien we wel dat er enige discrepantie bestaat tussen de visie op zichzelf en de vermeende visie van werkgevers op jongeren: 30 percent van de jongeren vindt dat ze al goede werkervaring heeft (Tabel 1) maar uit Tabel 12 blijkt dan weer dat slechts negen percent denkt dat de werkgevers hen als ervaren genoeg zien voor de job die ze moeten uitvoeren en 58 percent denkt dat werkgevers hen onervaren vinden. Het probleem rond het gebrek aan ervaring komt ook sterk terug in de zeven percent die “andere” visies van de werkgevers aangeeft (Tabel 12), samen met het niet krijgen van kansen.

Uit Tabel 12 lijken de jongeren eigenlijk best positief naar het beeld van de werkgevers over hun leeftijdsgroep. Behalve het gebrek aan ervaring zien ze geen belemmeringen vanwege de werkgever naar hun leeftijdsgroep toe (en de beeldvorming van de werkgevers kan op basis van Tabel 12 dus zeker niet bekrachtigd worden als een belemmering om aan opleiding deel te nemen; zelfs zouden er vooroordelen bij de werkgevers bestaan, deze zijn niet gekend/ervaren bij de meeste jongeren). Ze voelen zich leergierig (zie bovenstaande tabel) en ondervinden ook dat werkgevers hen zo zien.

Nochtans zijn de uitspraken die de respondenten als invulling van de categorie “andere” geven (door 7% aangeduid) rond hoe de werkgevers jongeren zien niet zo positief. Een deel ervan handelen over het gebrek aan diploma of ervaring of het niet krijgen van kansen, tot zelfs het gemakkelijk vervangbaar zijn als arbeidskracht:

“Ze denken: geen diploma dus geen ervaring”

“Zonder een diploma op zak ben je niet goed genoeg”

“Ik moet het iedere keer afleggen tegen mensen met meer ervaring”

“Ze geven jongeren geen kans om hogerop te geraken in een job (vullen meestal de tekorten aan)”

“Ze verwachten teveel en geven weinig kans om jezelf te bewijzen”

“Ze vinden ons losers”

“Vervangbaar”

“Wegwerparbeidskrachten”

“Ze zien ons vaak als goedkope arbeidskrachten (stagiairs) eerder dan potentiële werknemers”

Opvallend is dat er nauwelijks een verschil bestaat tussen de hele groep en de laaggeschoolde respondenten, dus betreffende beeldvorming zien de laaggeschoolden zichzelf niet minder positief door de ogen van de werkgevers dan de hele groep jongeren.

Bij het zoeken naar werk (zie Tabel B13) wordt als “andere vindkanalen” zeer vaak interim vermeld (13% van de jongeren vermeldt dit en daarmee is “interim” na “internet” het tweede grootste kanaal om werk te vinden; de andere mogelijkheden in de categorie “andere vindkanalen” waren vooral spontane sollicitaties (2%) en stage (2%). Bij laaggeschoolde respondenten is het percentage dat interim vermeldt nog lichtjes hoger, namelijk 16 percent. Als we naar degenen die aan het werk zijn kijken, zien we ook dat 28 percent van de jongeren (22% van de laaggeschoolden) aan het werk is onder een interimcontract. Deze resultaten suggeren dat de mogelijkheid tot interim, samenhangend met het zo snel mogelijk aan het werk willen, een drempel zou kunnen vormen tot opleiding.

Deel 6: Beleidsaanbevelingen

In dit laatste deel zullen we beleidsaanbevelingen formuleren die betrekking hebben op de verschillende domeinen, zoals ze geïdentificeerd werden in de onderzoeksoproep (Cevora, 2011):

6.1. Formulering van de missie van de werkzoekendenprojecten, specifiek de jongerenprojecten

We identificeren hier vijf grote vragen, namelijk: (1) of de jongerenopleidingen een meerwaarde betekenen, m.a.w. of hun bestaan verantwoord kan worden, (2) wat er als doel wordt gesteld met de jongerenopleidingen, m.a.w. wat een ‘succesvolle rekrutering’ eigenlijk betekent, (3) of algemeen een aanpassing overwogen moet worden van de opleidingen-niet enkel deze specifiek voor jongeren- die minder populair zijn (geworden), (4) of de titels voor functies en desgevallend opleidingen nog voldoende beantwoorden aan de huidige situatie op de arbeidsmarkt, zoals ook jongeren die kennen en (5) of de bestaansreden van elke jongerenopleiding voldoende gefundeerd is met betrekking tot de link naar de arbeidsmarkt of de sector waarin Cevora actief is.

(1) Ondanks de reacties uit de diepte-interviews waaruit bleek dat sommige medewerkers niet helemaal overtuigd waren van het nut van de jongerenopleidingen, zeker wat betreft de groepsdynamiek tijdens de opleiding, lijken de jongerenopleidingen toch populair te zijn bij de jongeren zelf en een zekere aantrekkingskracht te hebben. Het feit dat met deze opleidingen specifiek op jongeren wordt gemikt trekt jongeren aan en zou zeker geen jongeren afstoten. Daarom kunnen we besluiten dat de jongerenopleidingen een verantwoorde keuze zijn.

(2) Het succes van een opleiding kan op verschillende manieren ingevuld worden en er bestaat geen éénduidigheid over wat een succesvolle rekrutering eigenlijk inhoudt. Dit kan puur kwantitatief beschouwd worden met aantallen cursisten (i.e. liefst een volledige opleiding bestaande uit 12 deelnemers) maar ook eerder kwalitatief (bvb. een opleiding met een beperkter aantal jongeren die intensiever –breder en/of langer- begeleid worden zodat de aantrekkelijkheid en de slaagkans voor moeilijk bereikbare jongeren wordt verhoogd). Ook tewerkstellingspercentages kunnen echter deel uitmaken van de beoordeling of de rekrutering succesvol is geweest. Er moet daarom duidelijker beschreven worden wat men wil bereiken met de jongerenopleidingen (bv. streven naar aantal opgeleiden versus aantal tewerkgestelden) vooraleer men deze werkelijk op succes kan beoordelen.

(3) Uit het onderzoek is ook gebleken dat het al dan niet succesvol zijn van een opleiding niet kan veralgemeend worden naar alle jongerenopleidingen toe. We vonden indicaties dat het eerder de administratieve (minder concrete?) functies zijn die minder aantrekkelijk lijken. Daarenboven lijkt dit succesvol of niet succesvol zijn niet specifiek voor de jongerenopleidingen te gelden maar eerder voor een opleiding. Daar waar er minder succes met het rekruteren werd geboekt, bleek dit ook het geval te zijn met de algemene opleiding waarop de jongerenopleiding gebaseerd is. Daarom moet de beslissing misschien niet op niveau van de jongerenprojecten algemeen worden gemaakt maar per opleiding (zie ook punt 4).

(4) Uit de resultaten rond het minder populair zijn van administratieve functies en het niet kennen ervan of het maken van de verkeerde associaties bij bepaalde functies, kan

overwogen worden of de titels voor functies en desgevallend de opleidingen nog voldoende beantwoorden aan de huidige situatie op de arbeidsmarkt, zoals ook de jongeren die kennen. Eventueel kan een herdefinitie van functies en noden bij bedrijven binnen de sector noodzakelijk zijn en vervolgens kunnen zowel opleidingen als opleidingstitels hieraan gekoppeld worden (voor jongeren en/of algemeen).

(5) Uit de gesprekken met de medewerkers was het ook niet helemaal duidelijk hoe gefundeerd de bestaansreden van elke jongerenopleiding was met betrekking tot de link naar de arbeidsmarkt of het gedeelte ervan waarin Cevora actief is. De keuze om een opleiding tot jongerenopleiding om te vormen leek tot op zeker hoogte een ad hoc beslissing, doch deze moet idealiter gebaseerd zijn op werkelijke noden en vraag vanuit de arbeidsmarkt om zo de opleiding aantrekkelijker en succesvoller te maken. Het uitwerken van een vooronderzoeksprocedure en beslissingsproces kan hier nuttig zijn.

6.2. De afbakening van de doelgroep

De doelgroep lijkt niet voor iedere medewerker even duidelijk afgelijnd en ook naar werkelijk bereik toe niet helemaal geslaagd. De doelgroep zou ten eerste beter afgebakend en door iedere medewerker gekend moeten zijn. Ten tweede zullen andere inspanningen moeten geleverd worden om de laaggeschoolde 18 tot 25-jarige doelgroep beter te kunnen bereiken. Dit geldt nog meer als men de doelgroep definieert tot niet enkel de laaggeschoolde groep jongeren maar die groep waar laaggeschooldheid gecombineerd is met kansarmoede en (moeilijke) bereikbaarheid.

6.3. Inhoud en methodiek van de opleidingen

Ook al lijkt de rekrutering van jongeren naar sommige opleidingen problematisch te verlopen, toch wijzen de resultaten van de enquête op een grote leergierigheid bij de jongeren en een sterk geloof in opleiding als kansverbeteraar op de arbeidsmarkt. Opleiding lijkt gepercipieerd te worden als een toegangsmiddel tot de arbeidsmarkt waar het doel (=tewerkstelling) belangrijker is dan de inhoud van de opleiding. Er zijn aanwijzingen dat er een voorkeur bij de jongeren bestaat voor het vergaren van generieke kennis via opleiding eerder dan specifieke kennis.

Het derde pijler element past in deze visie maar leek niet zozeer als aantrekkingskracht te werken als gehoopt, eerder het omgekeerde bleek waar. Bij de evaluaties achteraf waren de meningen verdeeld: positief voor sommige derde pijlervormen en eerder negatief voor andere.

De jongeren willen iets nuttigs doen terwijl ze werkloos zijn en eigenlijk liefst zo snel mogelijk aan het werk. Doch ze kunnen ontmoedigd worden op de arbeidsmarkt en naar opleiding toe door bepaalde factoren zoals: geen diploma hebben, geen ervaring hebben, racisme, beoordeeld worden op uiterlijk, gezondheidsbeperkingen, niet weten hoe en waar werk te vinden, het vlug kunnen instappen via interim (gedreven door de zin/noodzaak om zo snel mogelijk aan het werk te willen, maar hierdoor geen opleiding te kunnen volgen en zo eventuele latere kansen voorbij te laten gaan).

Gebaseerd op deze en andere bevindingen in de tekst kunnen we een aantal aanbevelingen formuleren naar inhoud en methodiek toe.

(1) Duur, regime en locatie van de opleiding

De bestaande opleiding duurt zes maand. Voor jongeren met een korte-termijn visie kan dit als te lang beschouwd worden. De opleiding loopt ook voltijds. Dit kan jongeren die schoolmoe zijn of jongeren die geconfronteerd worden met een veelheid aan problematieken afschrikken. Flexibiliteit wordt ook in de literatuur als goede praktijk naar voor geschoven. Om meer flexibiliteit en haalbaarheid te bieden zouden er bvb. kortere modules kunnen aangeboden worden die iedere deelnemer op zijn eigen tempo kan vervolledigen om uiteindelijk het getuigschrift te behalen.

Om het schoolse imago te verbeteren kan gedacht worden aan een andere dan de klassikale ruimte en de lessen (gedeeltelijk) laten doorgaan op alternatieve locaties zoals in bedrijven, thuis (dus met een online deel) of in een wijkcentrum. Het inbedden van de opleiding in het wijkgebeuren kan ook de (visie op) haalbaarheid voor de jongeren vergroten. Het succes van de opleidingen binnen het doorstromingsprogramma van het Brusselse wijkproject Recyclart bevestigt dit.

(2) Financiële drempel/nu aan het werk willen

De grootste, door jongeren zelf geïdentificeerde belemmering tot opleiding is: “ik wil zo snel mogelijk aan het werk”, dus tijdens de opleiding kan de link met werk vergroot worden door bvb. meer stage of meer samenwerking met de bedrijfswereld.

Om aan de financiële drempel of de zin/noodzaak om zo snel mogelijk aan het werk te willen tegemoet te komen zou een formule van opleiding in dienstverband, praktijk leren in dienstverband of deeltijds leren-deeltijds werken kunnen overwogen worden. Zo wordt zowel de financiële drempel als het gemis aan ervaring aangepakt.

(3) Inhoud: vakken

Wat betreft de invulling van de vakken blijkt er bij de jongeren zeker een vraag te bestaan naar generieke vakken zoals talen (sommigen hebben zelfs een opleiding gevolgd specifiek om hun Frans bij te werken, velen vinden dat hun kennis Frans te laag is).

Omdat opleiding gezien wordt als een middel dat de toegang tot de arbeidsmarkt kan verbeteren zullen de vakken, die zaken dekken die als een gemis om snel werk te vinden ervaren worden, een opleiding aantrekkelijk maken (bvb. assertiviteitstraining, sollicitatietraining inclusief hoe en waar zoeken naar jobs). Ook de sociale vaardigheden mogen zeker vertegenwoordigd blijven: jongeren kiezen voor een bediendenjob o.a. omwille van het sociaal contact en zien dus direct de link met de job.

Misschien moet de opleiding de mogelijkheid bieden tot keuze uit generieke vakken (sommigen hebben al veel sollicitatietraining gehad of vinden dat er teveel groepsdynamica werd gegeven, anderen vinden het te weinig) wat ook weer de flexibiliteit en het maatwerk bevordert. Zo kan het aanbieden van vakken die specifiek zijn voor de job gecombineerd worden met een keuzepakket waar men zelf een aantal generieke vakken kan kiezen die bijvoorbeeld over de groepen heen aangeboden kunnen worden of zelfs bij een andere opleider. Het keuze-element spreekt jongeren waarschijnlijk ook aan.

Betreffende de alternatieve module (dans, sport, groepsdynamica) waren de meningen verdeeld. Dit hoeft niet expliciet in de aankondiging vermeld te worden daar de aantrekkingskracht niet zo sterk leek, maar kan wel bewaard blijven in de inhoud (misschien wel in een mindere mate) omdat het door sommige jongeren en de meeste medewerkers

wel kon gewaardeerd worden. Het kan bijgevolg mee opgenomen worden in een keuzepakket of facultatief gemaakt worden. Bij verplichte keuze zal zeker de relevantie en meer bepaald de link met werk expliciet(er) gemaakt moeten worden omdat het bij de jongeren allemaal om werk draait en een opleiding voor hen een tijdsinvestering is die (misschien) liefst zo kort mogelijk blijft en hen zo snel mogelijk aan de slag helpt. Ook andere “alternatieve” mogelijkheden kunnen onderzocht worden zoals bvb. improvisatie of rollenspelen. Alleszins moet de link met de arbeidsmarkt duidelijk aanwezig zijn.

(4) Vorm van opleiden, stage en begeleiding

De samenwerking met bedrijven wordt als een grote aantrekkingskracht van een opleiding gezien. Deze samenwerking kan in verschillende mate opgenomen worden: men zou bedrijfsbezoeken kunnen inbedden in de opleiding, of (een deel van) de opleiding kunnen laten doorgaan in een bedrijf, of de stage uitbreiden of veranderen (bv. jongeren stage laten lopen voor, na en eventueel midden in de opleiding), of deeltijds werken combineren met deeltijds leren. Het samenwerken met bedrijven kan ook de opleiding dynamischer maken. Ook het bezoeken van beroepstechnische beurzen kan de dynamiek vergroten.

In het algemeen zou kunnen gezocht worden naar een meer interactieve, informele, dynamische vorm van lesgeven eventueel gecombineerd met het thuis of op een andere locatie (online) les volgen.

De stage is belangrijk, en wordt zelfs door sommigen aangegeven als reden waarom ze een opleiding volgen, maar kan eventueel wel herzien worden zoals hogerop beschreven.

Zeker wat betreft de doelgroep van jongeren die geconfronteerd worden met een veelheid aan problemen zal een belangrijke motiverende rol weggelegd zijn voor de trajectbegeleider. Deze moet dus zeker de tijd en middelen hebben om zijn/haar pupil/groep bij te staan. De trajectbegeleiding kan eventueel zelfs verbreed en/of verlengd worden.

6.4. De communicatie over de projecten

Bij dit onderdeel gaat het vooral over het aankondigen van de opleiding: wat moet er op de aankondiging vermeld worden, m.a.w. wat werkt als aantrekking op de jongeren, en onder welke vorm moet deze verspreid worden, m.a.w. hoe zal deze het best opgemerkt worden door de doelgroep of zijn netwerk? Maar algemeen moet Cevora als opleider meer bekendheid zien te vergaren zodat zijn aankondigingen tot opleiding meteen gelinkt kunnen worden en potentiële kandidaten weten waar ze meer over de opleiding (zowel inhoud als vorm) kunnen vinden. We bespreken hieronder (1) eerst de inhoud van de aankondiging, dan (2) de kanalen voor het verspreiden van de aankondiging en tot slot (3) de bekendheid van de opleider.

(1) Inhoud van de aankondiging

Allereerst is het vermeldenswaard dat een (opleiding tot een) bediendenberoep op zich niet afstotend lijkt voor het merendeel van de respondenten. Het feit dat de opleiding zich binnen de bediendensector situeert zou zeker niet als drempel mogen werken. Daar een bediendenstatuut eerder aantrekkelijk lijkt kunnen de inhoudelijke aantrekkingspunten vermeld door de bediendenliefhebbers (sociaal contact, mensen kunnen helpen, graag papierwerk en computerwerk doen, afwisseling) misschien meer uitgespeeld worden in de aankondiging, temeer om zo ook de jobtitel concreter te maken.

Sommige kandidaten selecteren eigenlijk zichzelf al uit door het bediendenberoep te linken aan hoggeschooldheid en zeker het hebben van een diploma. Ze reageren dus niet omdat ze denken niet aan de vereisten te voldoen. Om dit te vermijden zou expliciet op de aankondiging vermeld kunnen worden dat noch een hoge scholingsgraad noch een diploma vereist zijn om deel te nemen.

Andere elementen die als aantrekking kunnen werken en daarom kunnen overwogen worden om mee in de aankondiging opgenomen te worden, zijn de aanwezigheid van een trajectbegeleider, de verhoogde kans op het vinden van (beter) werk (door het behaalde getuigschrift, stage/praktijkervaring, nieuwe/aanvullende vaardigheden) en de talen, daar deze als aantrekkingskracht van een opleiding werden vermeld.

Verder wordt ook het weten hoe en waar werk te zoeken als een gemis ervaren om snel werk te vinden (door de laaggeschoolden zelfs als het sterkst aanwezige gemis). Als dit opgenomen wordt in de inhoud van de opleiding kan het zeker ook als aantrekkingskracht in de aankondiging werken, eventueel gecombineerd met een voortgezette begeleiding bij het zoeken naar werk na de opleiding.

Gebrek aan ervaring wordt als een grote drempel tot de arbeidsmarkt gezien. Het aanbieden van stage of eventueel de mogelijkheid tot (deeltijds) werken zodat ook de financiële drempel verlaagd wordt, is een troef van de opleiding. Door dit beter in de verf te zetten in de aankondiging kunnen misschien meer potentiële kandidaten zich aangesproken voelen.

Hoewel de jongeren wel algemeen in het kansenverhogend potentieel van opleiding geloven, blijken ze toch niet zo optimistisch betreffende hun eigen kansen op de arbeidsmarkt (het moeten doen van een job die men niet graag doet of zelfs niet geloven dat men ooit aan werk zal geraken), wat als een demotiverende drempel naar opleiding toe kan werken. Dit kan eventueel in de aankondiging aangegrepen worden om de opleiding bij Cevora te promoten, niet enkel als kansenverhogend naar het vinden van een job toe, maar vooral naar het vinden van een job die men graag doet.

Daar het rekruteringsprobleem blijkbaar al ontstaat in de aankondigingsfase en jongeren zichzelf misschien uitsluiten, niet enkel doordat ze hun eigen capaciteiten te laag inschatten maar de opleiding ook als organisatorisch niet haalbaar zien (jongeren reageren niet op het aanbod van opleidingen omdat ze denken dat ze het organisatorisch niet gaan kunnen bolwerken door bv. gebrek aan kinderopvang, niet genoeg flexibiliteit in de opleiding) is het noodzakelijk dat de mogelijkheden die in de opleiding worden gebruikt om hieraan het hoofd te bieden, bekend gemaakt worden in de aankondiging of op de website (link naar de website in de aankondiging is belangrijk, zie verder).

Zoals eerder vermeld moet de titel van de opleiding misschien herdacht worden om door het gebruik van bepaalde termen geen potentiële kandidaten uit te sluiten. Als toch termen worden gebruikt die geen of verkeerde associaties kunnen oproepen moet hier misschien in de aankondiging al op geanticipeerd worden door het vermelden van juiste associaties, in woord of beeld. Betreffende de titel kan er ook overwogen worden om deze niet te concreet te maken naar de toekomstige job toe, maar wel naar wat de inhoud van de opleiding betreft. Het moet duidelijk zijn wat er tijdens de opleiding zal gedoceerd worden maar tegelijk hoeft dit misschien geen jobtitel te zijn. Dus in plaats van een opleiding tot “Administratief Bediende Onthaal” aan te beiden kan een opleiding “Administratie en Onthaal” aangekondigd worden met als ondertiteltje “met talen en groepsdynamica” of “met keuzevakken rond x, y of z/keuzepakket communicatie”.

(2) Kanalen om de aankondiging te verspreiden

Bij het onderzoek naar de gebruikte kanalen om actief naar opleidingen te zoeken bleek internet duidelijk op de eerste plaats te staan maar ook de VDAB werkwinkel en het informele sociale netwerk (vooral vrienden en kennissen) zijn belangrijke zoekkanalen. Het mailkanaal werd het meest vermeld als kanaal met de grootste kans om opgemerkt te worden. Dit is enigszins merkwaardig omdat de aankondiging voor een Cevora jongerenopleiding ooit naar deze respondenten is gestuurd via mail maar zij hier niet op hebben gereageerd en de meesten Cevora zelfs niet kennen. Dus hieruit kan afgeleid worden dat het mailkanaal zeker behouden kan worden maar dat de inhoud van de mail aangepast moet worden zodat deze beter opvalt en aantrekt.

Extra kanalen die onderzocht kunnen worden zijn de traditionele post door bvb. flyers in de bus en het informele sociale netwerk. Bij het vinden van werk is dit informele kanaal (vooral vrienden en kennissen) heel effectief en tweede belangrijkste na internet (jobsites). Misschien moet dit informele kanaal aangemoedigd worden door het expliciet in de aankondiging te vermelden: in andere opleidingen met laaggeschoolden flyers leggen “om mee te nemen voor vrienden/kennissen die op zoek zijn naar een geschikte opleiding” of op de aankondiging zelf: “zeg het door: heb je een vriend of vriendin die mee wil doen, ...”. Men kan ook proberen de jongeren samen te bereiken door de aankondiging te verspreiden op plaatsen waar jongeren samen zijn en mekaar kunnen aanmoedigen om de opleiding te volgen of samen naar de infosessie te gaan.

Daar een niet onaanzienlijk deel van de jongeren op zoek is naar werk via interimkantoren (en bijna één derde van de respondenten die aan het werk zijn als interim aan de slag zijn), kan dit ook als mogelijke plaats voor het verspreiden van flyers onderzocht worden.

(3) Bekendheid van de opleider

Zoals vermeld is de onbekendheid van Cevora (86% van de jongeren, en zelfs 90% van de laaggeschoolde jongeren kent Cevora niet) een grote drempel. Zelfs al zien potentiële kandidaten een aankondiging tot een opleiding, deze blijft minder “plakken” of lijkt misschien minder “betrouwbaar” als ze de opleider niet kennen. Het organiseren van een bekendmakingscampagne van Cevora (en de website Jobber), bvb. in secundaire scholen, hogescholen, jobbeurzen, festivals, straatbeeld, ... kan hierin verandering brengen.

Tegelijkertijd kan de website aangepast worden naar een informatiever en dynamischer geheel. Op de aankondiging kan de directe link naar de plaats waar potentiële kandidaten meer over de opleiding kunnen te weten komen, meegegeven worden. Hier kan informatie gedeeld worden over zowel de inhoud als de vorm van de opleiding, zeker als deze een speciale aantrekkingskracht naar jongeren toe inhouden. Er kunnen eventueel ook citaten of getuigenissen (filmpjes) van succesvolle ex-cursisten getoond worden.

6.5. De selectie van werkzoekenden

Onder dit deel zullen we drie zaken aanhalen: (1) het aanpassen van de selectieprocedure aan jongeren, (2) de testen en motivatiegesprekken en (3) de infosessie.

(1) Het rekruteringsproces voor de jongerenprojecten is eigenlijk gelijk gebleven aan het rekruteringsproces voor de algemene opleiding. De aankondiging en de inhoud van de opleiding werden aangepast aan jongeren maar de selectiemechanismen niet. Eventueel kan hier ook een aanpassing aan gebeuren zodat deze “verjongd” kan worden, misschien vooral naar benaming, locatie, inhoud en wijze van vraagstelling, en selectiecriteria toe. Dit laatste (de selectiecriteria) is natuurlijk nauw verbonden met de definitie van wat een succesvolle rekrutering naar de jongerenopleidingen eigenlijk betekent.

(2) We hebben geen sterke aanwijzingen gevonden dat het organiseren van testen en motivatiegesprekken jonge geïnteresseerden zou kunnen afschrikken, maar toch antwoordt één op tien dat dit hem/haar zodanig afschrikt dat hij het zou laten om zich kandidaat te stellen voor de opleiding. Dit kan ook sterker spelen als meer inspanningen worden geleverd om de oorspronkelijke doelgroep (kansarme laaggeschoolde jongeren) te bereiken.

(3) De infosessie komt naar voor als een groot pluspunt en aantrekkingskracht van de opleiding doch het aantrekken van jongeren naar de infosessie, waar men zich dan ook effectief kandidaat kan stellen, verloopt moeizaam. Bovendien, net als bij de andere stappen in de selectieprocedure is er aan het concept van de infosessie niets gewijzigd: vorm en inhoud verlopen op dezelfde wijze bij de algemene als bij de jongerenopleidingen. Daarom kunnen een aantal “verjongingsaanpassingen” overwogen worden in de stijl van de eerder vernoemde vormaanpassingen van de opleiding: een alternatieve locatie (bv. iets lokaal bekend en laagdrempelig zoals een buurtcentrum), een minder klassikale omgeving, een meer dynamische presentatie, eventueel met (tonen van filmpjes met) getuigenissen van excursisten, een voorbeeldfilmpje van de typische taken die worden uitgeoefend in dit beroep, vermelding tewerkstellingskansen na de opleiding, tonen van vacatures zodat de link met de arbeidsmarkt- en vraag gelegd kan worden. Ook de benaming kan in een jongere versie gegoten worden zoals de “hop-inn” uit het Adventure@Work project, of “infolounge”, wat voor jongeren aantrekkelijker, drempelverlagender kan werken.

6.6. De samenwerking met andere partners

Op dit punt vonden we een eensgezinde positieve houding over de samenwerking tussen de partners. De derde pijler organisatie die speciaal voor de jongerenopleidingen als nieuwe partner werd geïntroduceerd lijkt zich wel eerder op het niveau van de docenten te situeren dan op het niveau van de organiserende partners. Hier kan misschien over een meer inclusieve formule gedacht worden om zo de betrokkenheid van de derde pijler organisatie te vergroten, beter te verankeren en de ruimte te geven om zijn ervaring rond het werken met (kansarme, moeilijk bereikbare) jongeren door te geven aan de “traditionele” partners. De rol die een partner met kennis van de doelgroep kan spelen, mag in deze jongerenopleidingen niet onderschat worden, maar is ook weerom afhankelijk van de definitie van de doelgroep.

6.7. De afstemming op bepaalde mechanismen op de arbeidsmarkt

Sommige mechanismen die van kracht zijn in de arbeidsmarkt kunnen als een drempel maar ook als een kans voor de opleidingen werken. Onder dit deel willen we (1) de transitie onderwijs-arbeidsmarkt, (2) de te lage vraag, (3) de beeldvorming door de werkgevers en (4) de mogelijkheid tot interim bespreken als mogelijke drempels of kansen voor Cevora.

(1) Transitie onderwijs-arbeidsmarkt

In de eerste plaats zien we dat de transitie van onderwijs naar arbeidsmarkt, die voor vele jongeren niet vanzelfsprekend verloopt, eerder als een mogelijkheid voor Cevora om hier als de aanbieder van de ontbrekende schakel op te treden. Jongeren geloven in de effectiviteit van opleiding eerder dan van scholing om hun kansen op de arbeidsmarkt te verbeteren. Hier kan Cevora op inspelen door het aanbieden van opleidingen, niet noodzakelijkerwijs beperkt tot bepaalde beroepen, maar met “vakken” die aanvullen wat de jongeren missen. Deze opleidingen moeten dan ingevuld worden na vooronderzoek bij werkgevers en jongeren (zie vroeger).

(2) Te lage vraag

Ten tweede kan onderzocht worden of er werkelijk geen of onvoldoende vraag bestaat naar laaggeschoolde bedienden, binnen de sector PC218, samen met een onderzoek naar knelpuntberoepen binnen de sector. Als de vraag naar PC218 bedienden, vooral in de eventuele knelpuntberoepen, kan opgevuld worden door (bijgeschoolde) laaggeschoolde jongeren kan Cevora zich hierin situeren en zo ook duidelijk de link naar de arbeidsmarkt en verhoogde tewerkstellingskansen leggen.

(3) Beeldvorming werkgevers

De jongeren die de survey beantwoord hebben zijn leergierig en gemotiveerd om opleiding te volgen en willen zo snel mogelijk aan de slag. Het beeld van de werkgevers over deze groep, gezien door de ogen van de jongeren, is iets minder positief of soms zelfs negatief. Als jongeren daarenboven al geconfronteerd werden met een discriminerende houding vanwege werkgevers kan dit ook de motivatie tot opleiding wegnemen “omdat het toch niet helpt”. Dit werkt dus als een drempel maar kan ook positief aangegrepen worden, bvb. met goede voorbeelden van diversiteit op de werkvloer binnen de sector of getuigenissen van werkgevers of werknemers die diversiteit aantonen.

(4) Mogelijkheid tot interim

Na internet vormt interim het tweede belangrijkste zoekkanaal naar werk en 28 percent van de werkende respondenten werkt als interim. Het feit dat jongeren liefst zo snel mogelijk aan het werk willen samen met de toegankelijkheid van interimwerk doet vermoeden dat jongeren eerder in een tijdelijke job zullen stappen dan opleiding zullen volgen en hierdoor misschien wel latere kansen missen op duurzamer werk of op een job die beter aansluit bij hun wensen. Om een beter zicht te krijgen op de mate waarin interim een drempel of kans vormt voor de Cevora opleidingen, moet er misschien eerst onderzocht worden of er binnen de sector veel met interim wordt gewerkt en hoe er met dit fenomeen kan omgesprongen worden: kunnen de interimkantoren gebruikt worden als rekruteringskanaal (bvb. door het leggen van flyers) of als kanaal voor het vinden van “ervaringsplaatsen” waar de jongere in opleiding een interimjob kan uitvoeren om ervaring op te doen.

Om te besluiten vermelden we nog dat de jongerenopleidingen zeker ook in hun huidige vorm gewaardeerd werden door de deelnemers eraan, aangezien alle deelnemende jongeren de opleiding zouden aanraden en ze bijna allemaal aangaven dat ze door het volgen van de opleiding hun kansen op de arbeidsmarkt verbeterd zagen, iets wat toch ook als een succes mag beschouwd worden.

Bibliografie

Adventure@Work, 2004, "Werk met Jongeren: Find-Bind-Mind methodiek", promotor en projectcoördinatie: VDAB, ESF in Vlaanderen 2000-2006.

Baert K., M. Douterlungne, D. Van Damme, W. Kusters, I. Van Wiele, T. Baert, M. Wouters, K. De Meester & J. Scheeren (2002), "Bevordering deelname en deelnamekansen inzake arbeidsmarktgerichte permanente vorming", CPVBO – K.U.Leuven, Leuven, 413 p.

Bokdam J., S. de Visser, S. Bouma en M. Engelen (2010), "Probleemanalyse niet-participatie jongeren – Een overzicht uit de literatuur", Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Research voor Beleid, Zoetermeer, Nederland, 67 p.

Cedefop (2011), "Preparing young people for a successful integration into the labour market: a challenge for Europe", Workshop booklet Thessaloniki 28 February-1 March 2011.

Cevora (2011), "Jongerenprojecten bij Cevora", Onderzoeksoproep, Cevora, Brussel.

Cevora (2010), "Nota-Jongerenproject", interne nota versie 25/08/2010, Cevora, Brussel.

Cockx, B. en M. Picchio (2009), "Are short-lived jobs stepping stones to long-lasting jobs?", IZA Discussion Paper No.4007, Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn, Germany.

Council of the European Union (2012), "Conclusions of the G20 Strategies on Youth Employment", <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/12/st10/st10688-ad01.en12.pdf>.

De Bruyckere, P. en B. Smits (2011), "De jeugd is tegenwoordig", Uitgeverij Lannoo (Tielt) en Van Duuren Management (Culemborg), pp.191.

EUROFOUND (2012), "NEETs-Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs and policy responses in Europe", EUROFOUND, Dublin, Ireland.

European Commission (2009), "EU Youth Report 2009", Directorate-General for Education and Culture, Brussels.

Geens, M. en J. Vilrocx (2003), "Jong zijn op de Brusselse arbeidsmarkt", Over.Werk Tijdschrift van het Steunpunt WAV 4/2003, pp.137-140.

Hedström, P., A.S. Kolm en Y. Åberg (2003), "Social interactions and unemployment", Working Paper Series 2003(18), Uppsala University, Department of Economics.

Hoge Raad voor de Werkgelegenheid (2009), "De inschakeling van jongeren in de arbeidsmarkt", Verslag 2009, FOD Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg, Brussel (<http://www.werk.belgie.be/verslagHRW2009.aspx>).

International Labour Office (2012), "The youth employment crisis: Time for action", ILC.101/5 (International Labour Conference, 101st Session, Report V), ILO Geneva.

Jacobs L., P. De Cuyper en K. De Rick (2011), "Naar een hogere opleidingsdeelname tijdens periodes van inactiviteit: Drempels en kritische succesfactoren voor opleidingsdeelname tijdens tijdelijke werkloosheid in kaart gebracht", onderzoek in opdracht van de Vlaamse minister bevoegd voor Werk, in het kader van het VIONA-onderzoeksprogramma, HIVA.

Jans, M. en D. Wildemeersch (2000), "Laaggeschoolde jongvolwassenen op weg naar werk", *Vorming*, 15(4), pp.259-279.

OECD (2007), "Des emplois pour les jeunes/Jobs for Youth: Belgique", Multilingual Summaries, OECD, Paris.

Saliën, K. en K. De Rick (2008), "Deelname aan levenslang leren door jongeren met beperkte kwalificaties", *Over.Werk Tijdschrift van het Steunpunt WSE/Uitgeverij Acco*, 2/2009.

SALTO-YOUTH Inclusion Resource Centre (2011), "Bridges to work: Creating better chances for young people on the labour market", Stakeholder Conference on Youth, Employment and Entrepreneurship, 17-20 October 2011, Antwerp.

Scarpetta, S. en A. Sonnet (2012), "Challenges facing European labour markets: Is a skill upgrade the appropriate instrument?", *Intereconomics* 2012(1), ZBW-Leibniz Information Centre for Economics.

Scarpetta, S., A. Sonnet en T. Manfredi (2010), "Rising Youth Unemployment During The Crisis: How to Prevent Negative Long-term Consequences on a Generation?", *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, No. 106, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5kmh79zb2mmv-en>

SERV (2012), "VESOC-akkoord LOOPBAANBELEID", SERV en de Vlaamse regering, Brussel.

Smets, J., P. Delhez, J. De Mulder en de Hoge raad voor de Werkgelegenheid (2009), "Het verslag 2009 van de Hoge raad voor de Werkgelegenheid: De inschakeling van jongeren in de arbeidsmarkt", *Over.Werk Tijdschrift van het Steunpunt WSE, Uitgeverij Acco*, 4/2009, pp.50-57.

Snower, D. (1994), "The Low-Skill, Bad-Job Trap". IMF Working Paper No. 94/83.

UNIZO (2012), "FastForward-Een blik op ondernemen in 2025: Over nieuwe generaties en generatieconflicten op de arbeidsmarkt van de toekomst", Unizo-Limburg vzw, Hasselt.

Valsamis, D. en K. Van den Broeck (2010), "De perceptie van jongeren op de arbeidsmarkt en de rol van uitzendarbeid", *Over.Werk Tijdschrift van het Steunpunt WSE/Uitgeverij Acco*, 2/2010.

Van Hemel, L., R. Darquenne, L. Struyven, Y. Vanderborght en A. Franssen (2009), "Succesfactoren bij de inschakeling van laaggeschoolde jongeren", Over.Werk Tijdschrift van het Steunpunt WSE/Uitgeverij Acco, 4/2009, pp.72-76.

Van Hemel, L. en R. Darquenne (2009), "Een andere kijk op hardnekkige jeugdwerkloosheid : Aanbevelingen en succesfactoren bij de inschakeling van laaggeschoolde jongeren", Koning Boudewijnstichting, Brussel (www.kbs-frb.be).

VDAB (2012), "Bewegingen tussen werkloosheid, werk en inactiviteit", VDAB Papers nr.6, VDAB Studiedienst, Brussel.

VDAB (2011a), "Onderzoek naar de langetermijndynamiek van de werkloosheid", VDAB Papers nr.5, VDAB Studiedienst, Brussel.

VDAB (2011b), "Crisis maakt jongeren niet kansloos", VDAB Ontcijfert nr.26, VDAB Studiedienst, Brussel.

VDAB (2011c), "Jongeren op de Vlaamse arbeidsmarkt: Laaggeschoolde jongeren in nood", VDAB Studiedienst, Brussel (beschikbaar op: vdab.be/trends/kik/doc/KiK_jongeren).

Bijlagen

Bijlage 1: Lijst geïnterviewde personen

We danken de volgende personen voor het bereidwillig meewerken aan het onderzoek en de tijd die ze vrijmaakten om de vragen te beantwoorden:

Bels Jeroen	Jeugd&Stad
Coenen Dirk	Cevora
Dejonckheere Maaïke	Cevora
Hermans Liesbeth	Wonen&Werken
Holderbeke Francis, Bruneel Bart, Van Hauwermeiren André	VDAB Studiedienst
Joosen Nele	Atel
Lambrechts Stephanie	Asap
Slaets Chris	Confederatie Bouw Vlaams-Brabant
Stuyts Sonia	Raadsy
Valcke Mieke	SERV
Van Reeth Marjan	VDAB
Van Rysseghem Leentje	Cevora
Wynants Gaby	VDAB

Nota: Filip van Assche (Cevora), Anne-Sophie De Keer (Cevora) en Katrien Vervaet (Cevora) antwoordden per e-mail op een aantal vragen uit de vragenlijst.

Bijlage 2: Tabellen

Tabel B13: Zoek-en vindkanalen werk

Kanalen voor het zoeken/vinden van werk	Gebruikt om te zoeken (%)		Effectief werk gevonden via (%)	
	Alle jongeren (2)	Laaggeschoolde jongeren (3)	Alle jongeren (5)	Laaggeschoolde jongeren (6)
Internet				
Internet jobsites (VDAB, Jobber, Stepstones,...)	97	95	53	52
Internet sociale netwerk sites (Facebook, LinkedIn, ...)	18	14	2	2
Internet, specifieke website werkgever	46	40	11	11
Internet andere (welke?) ^a	6	5	2	3
Media				
Radio	2	0	0	0
TV	6	5	0	0
Krant (welke?) ^b	30	25	3	2
Gratis kranten (welke?) ^c	23	20	2	5
Acties				
Flyers	11	11	2	4
Jobbeurs	18	8	1	1
Evenementen (welke?) ^d	1	1	0	0
Formele ondersteuning zoektocht (goede naam?)				
VDAB Werkwinkel	56	64	10	10
Via trajectbegeleider	21	20	3	3
Via vroegere school/leerkrachten	11	7	5	3
Informeel sociaal netwerk				
Ouders	30	29	9	15
Andere familieleden	28	25	6	9
Vrienden/kennissen	46	40	20	24
Andere^e	11	10	25	23
Aantal respondenten	540	126	540	126

^aInternet: Google, websites interimkantoren, BelgiëVacature, CultuurNet, Selor, Regiojob, FARO, Indeed, Kapaza, Thuiswerkgids, "vaksites" zoals www.vvvp.be, www.vti.be, www.podiumkunsten.be, www.mediarte.be; ^bKranten: Het Belang van Limburg; ^cGratis kranten: Metro, Streekkrant, De Zondag/Zondagskrant, Passe-Partout, De Postiljon; ^dEvenementen: jobdag Lidl; ^eAndere vindkanalen: spontane sollicitatie (binnenwandelen/schrijven/telefoneren), stage, gecontacteerd door de werkgever/headhunting, interimbureaus.

Tabel B14: Zoek-en vindkanalen opleidingen

Kanaal	% ooit al gecontacteerd via of opleiding opgemerkt via		% huidige opleiding gevonden via	
	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren	Alle jongeren	Laaggeschoolde jongeren
Telefoon	13	15	4	6
Mail	41	35	12	17
Brief	18	16	3	0
SMS	4	3	1	0
Flyers via werkwinkel VDAB	7	8	1	0
Flyers andere plaatsen (waar?)	2	2	4	6
De Streekkrant	2	2	0	0
De Zondag	1	1	0	0
Andere krant (welke?)	0	0	3	0
Radio	0	0	0	0
TV	0	0	0	0
Website VDAB	21	18	24	17
Website Jobber	1	1	1	0
Andere jobsites (bv. Stepstones, ...)	2	2	1	6
Sociale netwerksites (bv. Facebook, LinkedIn)	1	1	0	0
Andere internetsites (welke?)	1	1	16	11
Twitter	0	0	0	0
Straatacties/demonstraties	0	0	0	0
Jobbeurs	2	2	0	0
Andere evenementen (welke?)	0	0	0	0
Via trajectbegeleider	4	5	7	6
Via vroegere school/leerkrachten	1	0	0	0
Ouders	2	2	1	6
Andere familieleden	1	0	4	6
Vrienden/kennissen	3	2	16	33
Opleiding werd me via het werk aangeboden	4	3	1	0
Andere?	1	0	9	0
Aantal respondenten	540	126	68	18